

Санкт-Петербургский государственный университет

Факультет переподготовки специалистов
по социологии и социальной работе

«Социополис»

Библиотека современного социогуманитарного знания
Общая редакция В.В. Козловского

В.И. Ильин

**ДРАМАТУРГИЯ
КАЧЕСТВЕННОГО ПОЛЕВОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ**

Санкт-Петербург
2006

УДК 303.4.02
ББК 60.5
И 46

В.И. Ильин.
И 46 ДРАМАТУРГИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ПОЛЕВОГО ИССЛЕ-
ДОВАНИЯ. — СПб.: Интерсоцис, 2006. — 256 с. («Социополис»: Библиотека современного социогуманитарного знания)

ISBN 5-94348-043-9

Главный исследовательский вопрос данной работы: как можно интерпретировать информацию, получаемую с помощью качественных методов? Исследовательская ситуация рассматривается с точки зрения драматургического подхода. Это значит, что информанты и наблюдаемые люди не просто делятся информацией, они играют в спектаклях под названием «интервью» или «нас пришли изучать». Играя, они озабочены презентацией себя.

Книга является попыткой обобщения опыта полевых исследований, накопленных автором. Систематический и популярный язык позволяет ее использовать в качестве учебного пособия как для начинающих, так и для относительно опытных исследователей. Может быть полезна социологам, этнологам, маркетологам, политологам — всем, кто изучает жизненный мир людей с помощью качественных методов.

УДК 303.4.02
ББК 60.5
И 46

Работа подготовлена при поддержке Национального фонда подготовки кадров (НФПК) по проекту «Создание Федерального центра повышения квалификации в Санкт-Петербургском государственном университете» в 2003-2004 годах.

© Издательство «Интерсоцис», 2006
© Ильин В.И., 2006
© Яковлев В.В., художеств, оформление
серии, 2006

ISBN 5-94348-043-9

ВВЕДЕНИЕ

К вопросу о смысле исследования

Далеко не все, что делают люди, имеет рациональный характер. Однако научная деятельность по определению должна иметь таковой. Рациональность исследователя включает в себя непростой вопрос: «Зачем?».

Огюст Конт, один из первых мыслителей, задумавшихся о смысле познания общественных явлений, ответил на этот вопрос, следуя логике естественных наук: **«познать, чтобы предвидеть, предвидеть, чтобы мочь»**. Этот пафос социологии как инструмента предвидения мира с целью его преобразования сохраняется и по сей день. Наиболее четко он проявляется в исследованиях электорального и потребительского поведения. В первом случае целью является познание состояния общественного мнения для предвидения поведения избирателей в день выборов. Это позволяет политикам и их штабам манипулировать общественным мнением во имя достижения победы конкретного кандидата или партии. В другом случае целью познания является оценка емкости того или иного рынка или его ниши, что позволяет на основе прогноза его изменений выстраивать маркетинговую стратегию фирм. Более или менее четко ориентация современных социальных исследователей на обслуживание процессов преобразования мира заметна и при изучении многих иных тем. Субъекты, имеющие власть, мир воспроизводят и перестраивают, а общественные науки, изучая этот мир, дают им информацию для принятия управленческих и политических решений. В данном случае заказчиком и потребителем социальной информации выступают органы управления страной, городом, фирмой и т. д.

Такая функция обслуживания власть имущих в наше время встречается все больше скептицизма со стороны и власти, и самих исследователей. Объектом скепсиса является, прежде всего, способность социальных наук предсказывать сколько-нибудь сложные процессы, возникновение качественно новых явлений. Когда все антикоммунистически настроенные обществоведы прогнозировали более или менее быстрый крах советской системы, она не только не рушилась, но и укреплялась. Когда научный антикоммунизм смирился с ее вечностью, она рухнула так быстро и неожиданно, что никто не успел этого предсказать. Разумеется, данное суждение не относится к всегда имевшим место философским предсказаниям, исходящим из диалектического принципа конечности всего сущего: все смертно, все государства рано или поздно исчезнут.

Другой возможный вариант понимания функции социальных наук не связан с задачей обслуживания власти или оппозиции. Его исходный принцип я бы сформулировал так: **«Познать, чтобы понять, понять, чтобы сосуществовать»**. Индивиду необходимо понять себя и социальную среду своего существования, чтобы наиболее эффективно сосуществовать с ней. Ему требуется понять значимых для него Других, чтобы быть в состоянии сосуществовать с ними, с одной стороны, не заставляя их быть

похожими на себя, а с другой — и самому не теряя своеобразия. Лишь понимая Другого, можно уйти от соблазна определить его как «дикого», «странного», «опасного» и т. д.

Чтобы понять Другого, надо увидеть мир его глазами, в его терминах, через призму его осознанных интересов, страстей, предрассудков, иллюзий, надежд. Иначе говоря, надо понять его жизненный мир изнутри. С помощью традиционных методов социальных исследований, базирующихся на позитивистской методологии, сделать это нельзя. Для достижения этой цели необходимы иные, гибкие методики, не пытающиеся копировать инструментарий естественных наук.

Любое общество социально неоднородно. Чем оно сложнее, тем выше уровень неоднородности. Разные сословия, классы и слои всегда жили в разных социокультурных мирах, часто разделенных пропастью. Современные общества стремительно приобретают мультикультурный характер в силу нарастающих масштабов разных видов миграции, формирования целой палитры стилей жизни. В этих условиях никто не живет просто в каком-то обществе (русском, германском или американском). Люди живут в относительно изолированных социокультурных мирах (полях), сформированных коллегами по работе или учебе, родственниками и друзьями. В каждом таком социокультурном поле свои материальные возможности, свои нормы и ценности, свои особые правила интерпретации вещей и поступков, свой словарный запас, свои нюансы в его понимании. Каждый город, говоря словами Р. Парка, представляет собой *«ансамбль социальных миров»*. И за пределами нашего мира в поле зрения, но вне поля понимания, живут, ходят, борются за существование Другие. Нам от них никуда не деться, как и им от нас. Мы обречены жить по соседству: богатый с бедным, коренной житель с иммигрантом, успешный с неудачником, здоровый с инвалидом, алкоголик с принципиальным трезвенником, монах с развратником, молодой со стариком и т. д. и т. п. Другие — «странные» и «непонятные», а то и «опасные» в силу своей инаковости. Атмосфера социокультурной изоляции благоприятна для роста самых разных видов фанатизма и твердолобости. Барьер непонимания чреват в лучшем случае отчуждением, в худшем — кровавыми конфликтами. Мы живем рядом в физическом пространстве, но бесконечно далеко — в пространстве социальном. И для устойчивого существования этого пестрого общества ему необходимы посредники в виде «путешественников», которые смело пересекают границы социальных миров, пытаются понять логику их существования и донести ее до жителей иных миров. Потребителем такой информации выступает не только и не столько власть, сколько бесконечно многоликое общество индивидов. Обычные индивиды, целиком поглощенные повседневностью, не имеют времени, сил, ресурсов и способностей, чтобы путешествовать в иные социальные миры (поля). И исследователь социальных миров может выполнять функции посредника, расширяя пространство взаимопонимания, кооперации, сотрудничества.

Власть не выпадает из круга потребителей такой информации. Она просто указывается в ряду других читателей текстов. Мир Кремля от мира обездоленных Москвы находится дальше, чем от мира вашингтонского Белого Дома. Данные социальной статистики и массовых опросов не смягчают этого непонимания. Нельзя представить себя на том месте, которое ты никогда не занимал. Не может успешный политик взглянуть на мир глазами неудачника, а потому он не в силах ему помочь. Социальная помощь, как и лекарство, эффективна лишь при адекватности средства объекту. То, что спасает одного, с таким же успехом убивает другого.

Мир бизнеса, маркетинга, технологий отделен глубокими социокультурными пропастями от миров основной массы потребителей товаров и услуг. На границах этих миров очевидное превращается в невероятное. Потребление же за пределами логики физического выживания становится производством смыслов, инструментом конструирования идентичности, средством коммуникации. Люди одеваются не только для того, чтобы защититься от холода, но обозначая свою принадлежность к тому или иному полу, классу, типу, возрастной группе и т. д. Аналогичным образом потребление пищи, автомобилей, домов, мебели, информации и т. п. — это часть логики соответствующих социокультурных миров (полей). Поэтому успешный маркетинг часто зависит от способности производителей товаров и услуг заглянуть в жизненный мир, в пространство смыслов своих целевых групп. И здесь традиционные методы массовых опросов помогают в снятии лишь очень поверхностной информации о легко наблюдаемых формах поведения и хорошо осознанных отношениях («ем / не ем», «нравится / не нравится»).

Все выше сказанное не означает отрицания полезности и значимости традиционных позитивистских методов сбора и анализа информации. В обществе есть ниши, хорошо изучаемые с помощью этих методов, и есть потребители, нуждающиеся в получаемой с их помощью информации. Весь пафос моего вступления сводится к простому тезису: часто этого недостаточно, т. к. люди и общественные отношения намного сложнее используемых формальных методов. Предлагаемая в этой книге методология и методика качественного (гибкого) исследования дает возможность взглянуть на людей и социальный мир с иной стороны. В фокусе такого исследования оказывается не общество в целом, не средний россиянин, а конкретные группы, типы, варианты. А исследователь выступает в качестве посредника, путешествующего между ними.

Репертуар ролей социального исследователя

Исходя из выше описанных подходов к изучению социальной реальности, можно сформулировать репертуар ролей социального исследователя.

1. Исследователь как игрок.

В любой сфере деятельности есть тенденция замкнуться в рамках собственной рациональности. Есть искусство ради искусства, политика ради

политики. Социальная наука не является исключением. Один из способов ее существования можно выразить формулой: «наука ради науки». В рамках этой логики исследователь замыкается в своем профессиональном поле, играет по его правилам, борется за его ресурсы. Он проводит исследование, удовлетворяя свой личный интерес, собирая материал для диссертации, которая позволяет ему повысить статус, публикуется, чтобы быть избранным и переизбранным на должность, производя в ходе этого процесса работы специфического жанра, которые я предпочитаю называть «доцентскими публикациями». Их единственный смысл — обеспечение движения по ступеням научной карьеры. Автор, создающий их, не предполагает наличия читателей. Ему важен факт публикации и рост числа вышедших в свет работ. Наибольшая концентрация таких работ — в тезисах конференций и в ведомственных изданиях вузов и научных институтов. Читать невозможно, но в список трудов хорошо вставляется. Соответственно, цель исследований такого ученого-игрока — обеспечение «доцентских» публикаций.

2. Исследователь как разведчик.

Он добывает информацию, не зная для кого, понятия не имея, как ее будут использовать. Он получает деньги от заказчиков (правительственных и коммерческих структур), фондов. И главный смысл его деятельности — в хорошей отчетности, которая дает шанс на получение новых заказов и грантов. В погоне за заказами и грантами он не в состоянии довести до публикации значительную часть собранных им материалов. Они уходят в какие-то архивы. А он, едва отчитавшись по одному исследованию, приступает к новому.

3. Исследователь как советник.

Эта роль встречается в двух сферах: политике и бизнесе. В первом случае исследователь находится рядом с правителем того или иного масштаба и пытается, опираясь на свой исследовательский опыт и результаты, советовать ему, как лучше управлять страной, регионом или городом. Во втором случае он близок к руководителю фирмы и пытается конвертировать свой исследовательский опыт в стратегии управления персоналом, завоевания рынка и т. д.

4. Исследователь как политик.

Это современная попытка реализации платоновской утопии, в центре которой правитель-философ. Кто, как не социолог или политолог, знает, как лучше управлять обществом? Отсюда стремление при наличии возможности самостоятельно «поручить» страной или ее частью, опираясь на свой научный опыт. В нашей стране в годы перестройки целый ряд социологов, следуя этой логике, пошли в депутаты.

5. Исследователь как путешественник.

Он скептически относится к своей способности прямо влиять на политическую или экономическую власть. Он просто путешествует в ходе своих полевых исследований из одного социокультурного мира в другой

и рассказывает в своих публикациях и лекциях о том, что там увидел. Какие выводы можно сделать из этих книг и статей, как использовать полученное знание — дело самого читателя. Благодаря путешественнику, люди, для которых свобода слова — наивный миф, получают возможность быть услышанными за пределами своей кухни. Исследователь, пересказывая их, многократно усиливает их голос.

Я попробовал себя в разных ролях и в конечном итоге остановился на роли путешественника. В годы перестройки, как и многие мои коллеги-обществоведы, я наивно надеялся на свою способность как-то влиять на преобразование общества. Наш социологический кооператив «Диалог» проводил исследования и консультировал некоторых демократически ориентированных кандидатов в народные депутаты. В силу разных причин (мое личное участие, как мне сейчас представляется, было очень далеко от того, чтобы быть значимым) наши клиенты были удачливы: трое прошли в народные депутаты, один даже стал министром СССР. Но советника не получилось ни из меня, ни из моих коллег. Да, в период предвыборной кампании мы проводили опросы, наблюдения, глубокие интервью, на моей кухне или на кафедре писали и обсуждали программы и тексты листовок. Была иллюзия общей команды, включающей политиков и исследователей.

Победа убила наивность. Наш выдвиженец вернулся со съезда народных депутатов СССР уже с лицом, на котором четко отпечаталось бремя творца истории. Когда мы попытались с ним обсуждать реакцию съезда на избиение демонстрантов в Тбилиси, он с очень большой высоты сказал: *«Мужики! Вам трудно объективно судить, так как вы не знаете всей полноты картины»*. Когда мы удивились (шла полная трансляция заседаний съезда) и попросили восполнить наш пробел, он свернул разговор: бремя государственного деятеля не позволяло тратить время на просвещение трех-четырех знакомых, его ждали толпы любопытных избирателей в огромных залах, его приглашали на прием первые люди региона.

Вскоре после этих метаморфоз мой приятель, участвовавший в той же группе, сказал: *«Нас использовали, чтобы сделать собственную карьеру, забыв в суете даже сказать спасибо. Теперь я это буду делать только за деньги. Время романтических иллюзий ушло»*. Товарищ действительно вскоре серьезно изменил свое материальное положение, работая на тех, кто был в состоянии оплачивать услуги. А я сделал другой вывод: никогда не претендовать на роль советника при власти имущих. Исследователь не может быть на равных с властью. Приближение к ней смертельно опасно для его профессионального статуса: власть его использует и выбросит, предварительно испортив его репутацию, взвалив на него ответственность за свои решения, которые он не принимал. Поэтому мой основной опыт связан с ролью путешественника.

Эта роль не исключает отношений с властью имущими в политике или бизнесе. Но путешественник входит в эти сферы не для того, чтобы приобрести элитный статус и стать частью правящей команды. Он идет туда, чтобы увидеть что-то новое и понять сферу власти. Он идет туда не ме-

нять, а познавать мир. Это не исключает того, что с него спросят какую-то информацию, какие-то идеи. Однако такие отношения строятся в формате социального обмена одних ресурсов на другие. Поэтому у исследователя нет причин опускать голову и принимать смиренную позу, т. к. он не просто не просится в кабинеты власти, он не видит никакого смысла быть там.

Социальная теория и полевое исследование

Полевое исследование жестко привязано в своих выводах к фактам, собранным в соответствии со строго соблюдаемыми процедурами. Из него может выводиться теория, но она также привязана к масштабам исследования. Это положение касается как качественных, так и количественных исследований.

Качественное исследование может ставить задачу конструирования теории, но это будет теория микроуровня, строго выводимая из собранных фактов. Такую теорию сейчас часто называют «обоснованной теорией» (Grounded Theory). В количественном исследовании конструируемая теоретическая модель также жестко ограничена рамками интерпретации социальных фактов, выраженных в форме цифр.

Однако социальная реальность гораздо богаче, чем имеющиеся методики эмпирического исследования. Эта реальность лишь в ограниченной мере переводима на язык фактов, собираемых с помощью строго обоснованных процедур полевого исследования.

Большинство социальных теорий макроуровня или моделей человеческого поведения, претендующих на высокий уровень обобщения, не могут быть выведены из полевых исследований. Они опираются на слабо систематизированные, разрозненные данные, процедура сбора которых часто неясна. Значительная часть лежащих в их основе фактов – это изолированные друг от друга ситуации, связь между которыми проблематична. «Дыры» между блоками фактов связываются с помощью логических построений. Теория чаще всего вырастает как плод социологического воображения, а не методичного обобщения фактов.

Социальные теории отражают убегающую от глаз исследователя реальность, которая не склонна к повторам (принципиальное отличие от природы). Поэтому даже тщательно эмпирически обоснованная теория каждый день подвергается сомнению, т.к. встает вопрос о возможности ее применения к реке социального времени, в которую дважды не войдешь.

Таким образом, строго говоря, основные социальные теории имеют статус лишь более или менее обоснованных гипотез, которые требуют постоянной проверки и доказательства. В социальных науках нельзя, как в физике или химии, однажды открыть закон и быть уверенным в его вечности. Социальная реальность меняется быстрее, чем исследователь успевает сформулировать свои теоретические положения.

Ни одно полевое исследование не в состоянии полностью проверить и доказать сколько-нибудь масштабную социальную теорию. Оно может лишь показать, что здесь и сейчас это теоретическое положение оказалось вер-

ным. Однако никто, не греша против научной честности, не рискнет сказать, что оно будет верным и в других местах, и здесь же, но в другое время. Поэтому социальная теория нуждается в постоянных полевых исследованиях, проверяющих и уточняющих ее.

В то же время для полевого исследования социальная теория — это источник критического вдохновения, гипотез, вечный призыв к проверке на новом материале, на новом отрезке социального времени. Даже если исследователь пытается взглянуть на реальность с «чистого листа», выбор им темы, подхода к сбору материала и т. д. обычно навеяны знакомством с социальной теорией.

История качественных методов

Зачем нужно знать историю методов? История ради истории особого смысла не имеет, хотя она может удовлетворять любопытство некоторых групп читателей. А прочтение текста читателями уже оправдывает усилия автора по его написанию.

История может рассматриваться как хранилище идей. Известно, что новое часто является лишь хорошо забытым старым. Нередко вспоминать его чрезвычайно полезно. Это позволяет экономить время, отказываясь от изобретения велосипеда. С одной стороны, это удачные идеи, забытые просто потому, что изменилась научная мода, научные приоритеты, которые часто определяются чиновниками от науки и политиками.

С другой стороны, есть идеи, забытые заслуженно. Их забыли потому, что они не вписывались в прежний контекст, например не состыковывались с господствующими представлениями, накопленным материалом, не отвечали потребностям практики и т. д. Но контекст меняется, и выброшенное на свалку за ненадобностью может оказаться очень ценным с изменением общественных условий. Кроме того, некоторые идеи были отброшены просто потому, что не были доведены до логического конца, имели наивную форму, слабую аргументацию и т. д. Сырой материал бесполезен только в силу того, что его не смогли или не захотели довести до зрелого состояния. В этом случае имеет смысл извлечь идеи, методики из архивов, а то и свалок, и довести до современной кондиции, опираясь на новые возможности.

Таким образом, моя мысль проста: изучение истории науки имеет практический смысл, выходящий за пределы простой любознательности.

История качественных методов в общественных науках начинается с *предыстории*, из которой она выросла. Все начиналось с описания чужих земель и народов сначала путешественниками, а потом и миссионерами, завоевателями, колониальными администраторами. Они оставили многочисленные воспоминания, в которых описывали новые для европейцев земли и культуры. В основе этих описаний лежали методологические установки, которые отражали общий характер культуры тех обществ, из которых прибыли авторы. Исходный принцип состоял в том, что «настоящие» люди — это европейцы, а остальные — это странные,

недоразвитые существа, отставшие в своем развитии или вообще не способные жить как «нормальные люди». В настоящее время отношение к достоверности данных, оставленных путешественниками, миссионерами и администраторами, весьма скептическое во многом именно по причине предвзятости глаз наблюдателей. В них мы видим гораздо больше информации о духовном мире европейских обществ, чем о тех, которые описываются. Анализ материалов тех первых исследований ставит актуальную методологическую проблему адекватности отражения реальному объекту, роли характера «зеркала», т. е. исследователя, в формировании картины. Удаленный в пространстве или во времени мир доходит до нас в виде картинок (вербальных или невербальных), созданных с помощью инструментов той культуры, к которой принадлежит исследователь. Он оказывается частью созданной им картины.

Собственно история качественных методов начинается с XX в. Н. Денцин и И. Линкольн (*Denzin & Lincoln* 1998: 2) выделяют в истории качественных методов в западном обществоведении пять периодов: традиционный (1900-1950), модернистский, или «золотой век» (1950-1970), период размытых жанров (1970-1986), кризис репрезентации (1986-1990), постмодернистский, или современный период (с 1990 г.). Рассмотрим их подробнее. Данная периодизация, как и почти любая иная, грешит, конечно, натяжками. Люди, книги, мысли не могут однозначно втискиваться в жесткие рамки тех или иных периодов. Однако общая логика развития качественных методов в данной периодизации вполне отчетливо прослеживается. И обращать внимание стоит, прежде всего, на нее, а не на конкретные даты.

1) Традиционный период (1900-1950)

Внутри этого периода я бы выделил два направления, которые, с одной стороны, тесно взаимосвязаны, а с другой — имеют существенные различия.

(а) Классическое антропологическое направление

В начале XX в. исследователи, используя качественные методы, стремились писать объективные отчеты, соответствовавшие позитивистской методологии. Они были озабочены проблемами надежности, достоверности и объективности своих работ. Это был колонизаторский взгляд на изучаемый мир через призму обществоведения, пытавшегося подражать естественным наукам. «Иные», являвшиеся объектом их исследований, рассматривались как «чужие» и «странные».

Это период активного использования качественных методов. Но можно ли оттуда выводить современные качественные исследования? Видимо, нет, т. к. исследователи классического периода однозначно стояли на принципах позитивизма, стремились к открытию универсальных законов, что в современной качественной социологии вызывает в лучшем случае скептическое отношение.

Классики этого периода — Бронислав Малиновский, Radcliff-Brown,

Gregory Bateson, Маргарет Мид. Сегодня, несмотря на то, что их работы по-прежнему изучаются как образцы полевой техники, их авторитет поколеблен. Rosaldo (1989: 44), например, характеризует их как реликты колониальной эпохи.

Антропологи, работавшие в дебрях экзотических колониальных окраин, столкнулись с проблемой применения позитивистских принципов к новой реальности, которую с помощью этих принципов изучить было проблематично.

Б. Малиновский писал: *«Вполе сталкиваешься с хаосом фактов <...>, в своей грубой форме они вообще не являются фактами, они абсолютно неуловимы и могут зафиксированы только в форме интерпретаций <...> Лишь законы и обобщения являются научными фактами, а полевая работа состоит исключительно в интерпретации хаотичной социальной реальности, в ее подчинении общим правилам»* (Цит. по: Geertz 1988: 81).

Поиск «научных фактов», понимаемых таким образом, вел к тому, что на поверхности оставались отчеты как авторские интерпретации того, что понял исследователь. По сути дела, это глаза автора, в которых отразилась реальность. Но как реконструировать реальность, глядя в эти глаза?

Rosaldo (1989: 31) характеризует это время как период *«одинокого этнографа»*, который удаляется в поле, а затем, вернувшись из него с коллекцией данных, пишет объективный отчет о той культуре, которую он изучал. Такие отчеты опирались на основные принципы классической этнографии того времени: приверженность объективизму, связь с империализмом (борьба за построение и укрепление империй), вера в монументализм (исследователь должен создать картину музейного типа), вера в отсутствие развития во времени.

(б) Социологическое направление

Это направление зарождалось в рамках политики церквей и американских органов управления по решению социальных проблем, которые обычно связывались с неравенством и культурными различиями.

В начале 1920-х гг. Helen и Robert Lynd были отобраны Советом церквей, озабоченным моральным состоянием христианских общин в городах Америки, для изучения стилей жизни в типичном американском городе. Супруги Линд получили обстоятельную консультацию со стороны Carl Wissler (1870—1947). Он предоставил им набор стандартных категорий, которыми пользовались антропологи для организации собираемых данных: способы зарабатывания средств на жизнь, приобретение жилья, обучение молодежи, проведение свободного времени, участие в религиозной жизни и т. д. В результате было проведено настоящее антропологическое исследование, объектом которого стал средний американский город. Книгу так и называли «*Middletown*». Она была опубликована в 1929 г.

Wissler в предисловии к этой книге писал: *«Для большинства людей антропология — это масса любопытной информации о дикарях, и до*

сих пор это так и было, поскольку большинство ее наблюдений посвящены менее цивилизованным народам <... > Авторы этого тома подошли к Америке, как антропологи поступали по отношению к примитивному темени».

Вскоре в США началась Великая депрессия. И супруги Линд провели новое исследование, его результаты были опубликованы в виде книги «*Middletown in Transition: A Study of Cultural Conflicts*» (1937). Эта книга отразила развитие двух уровней. С одной стороны, это развитие самого американского города в период тяжелых потрясений. С другой стороны, в ней нашло отражение развитие и самих исследователей, которые от чисто антропологического подхода с соответствующим набором категорий перешли к социологическим категориям, многие из которых заимствованы из марксизма. Влияние последнего проявилось во внимании к отсутствовавшим в предшествующей книге проблемам экономической и политической власти, к судьбе экономических институтов, классам.

В отличие от антропологов представители этой школы превратили в объект исследования американское общество. В методике акцент делался на историях индивидуальных жизней, в методологии особое место занимал принцип интерпретации. В результате в качестве научного продукта выступали исследовательские интерпретации жизненных историй, рассказанных исследуемыми субъектами.

Особенно заметный вклад в развитие качественных методов и адекватной им методологии внесла Чикагская школа, действовавшая в течение трех десятков лет. Основным предметом ее исследований были локальные культурные сообщества внутри большого города. Это этнические меньшинства, бомжи, люди с отклоняющимся поведением и т. д. Ключевой фигурой школы был Р. Парк. Классической работой, выполненной в рамках этого направления Чикагской школы, стала книга W.E. White «*Street Corner Society*» (1943). В ее основу положен метод включенного наблюдения жизни молодых итальянских иммигрантов с отклоняющимся поведением. Некоторые из членов этой школы пошли иным путем, выбрав в качестве объекта малые города Америки.

Можно ли считать Чикагскую школу началом качественной социологии? И да, и нет. Представители этой школы использовали и качественные, и количественные методы. Но характерная черта их подхода состояла в том, что «*чикагскими социологами все-таки в полной мере не осознавались принципиальные методологические различия между используемыми жесткими и мягкими исследовательскими процедурами*» (Готлиб 2004: 52). Но стоит ли сводить качественную социологию к одной методологии? Думаю, что нет. Она не исключает позитивизма.

2) Модернистский, или «золотой век» (1950-1970)

Этот период начался в 1950-е гг. и продолжался до начала 1970-х гг., хотя для целого ряда исследователей он не завершился и до сих пор.

В основе этого периода лежат канонические труды предшествующего

этапа. По-прежнему высоко ценились социальный реализм, натурализм, этнографические картинки жизни. Для многих источником вдохновения служили труды Чикагской школы (Denzin & Lincoln 1998: 16).

Для этого периода характерны попытки проведения качественных исследований с использованием жестких методических процедур, свойственных количественным исследованиям. Широко используются интервью с открытыми вопросами, включенное наблюдение с тщательным анализом материалов в соответствии со стандартизированными, часто — статистическими формами. *«Это был золотой век жесткого качественного социологического анализа»* (Denzin & Lincoln 1998: 16-17).

Однако для этого периода уже характерно влияние новых методологических подходов: этнометодологии, феноменологии, критической теории, феминизма. Делались попытки совместить традиционную позитивистскую методологию с новыми веяниями.

Howard S. Becker в 1958 г. так описывал использование жестких методов в качественном исследовании: *«Материалы включенного наблюдения собираются в стандартизированной форме, позволяющей их трансформировать в настоящие статистические данные. Но ситуация в поле мешает сбору материала в форме, соответствующей критериям статистической проверки, поэтому исследователь работает с так называемой «квазистатистикой». Его выводы по своему характеру являются количественными, но они не требуют точной квантификации».*

Исследователь *«делал свою работу, облачая ее в одежду самого модернистского периода на языке и с помощью риторики позитивистского и постпозитивистского дискурсов»* (Denzin & Lincoln 1998: 17).

Каноническими работами этого периода являются:

1. Г. Бекер и др. «Парни в белом: студенческая культура в медицинской школе (1961).

2. Глэйзер и Страус «Открытие обоснованной теории» (1967). В данной работе предложены основы Grounded Theory, целью которой было придание качественным методам четкости, жесткости и убедительности, что могло повысить их авторитет в глазах научной общественности, воспитанной в духе почтения к позитивистским принципам.

3) Период размытых жанров (Blurred Genres) (1970-1986)

К началу 1970-х гг. качественная социология сформировалась как особое направление, обладающее целым набором разнообразных методологических подходов и методик.

Ключевыми работами этого периода стали:

1. Geertz C. The Interpretation of Cultures (1973).

2. Geertz C. Local Knowledge (1983).

Гирц утверждал, что функционалистские, позитивистские, бихевиористские подходы к изучению человека уступают место более плюралистическим, интерпретаторским и открытым перспективам. Исходная точка

новых подходов — культурная репрезентации и их смыслы. Гирц призвал к «плотному описанию» (thick description) отдельных событий, ритуалов, обычаев. Он высказал предположение, что все антропологические тексты — это интерпретация интерпретаций. И наблюдатель не имеет привилегии, предлагая записанные интерпретации. Ключевая задача теории — найти смысл в локальных ситуациях.

Гирц утверждал, что границы между социальными и гуманитарными науками оказались размытыми. Социологи обращаются к гуманитарным наукам в поисках моделей и методов анализа (семиотика, герменевтика). Проявлением этого смешения жанров стали документальные работы, читающиеся как художественная проза, параболы, позиционирующиеся как этнография (Кастанеда), теоретические труды, которые выглядят как описания путешествий (Леви-Стросс). Золотой век социальных наук закончился, пришел новый век размытых интерпретативных жанров. Эссе как художественная форма вытесняет научную статью.

Для этого периода характерно усиление позиций натуралистической, постпозитивистской, конструктивистской парадигм. К концу 1970-х гг. появились журналы, ориентирующиеся на качественные методы: Urban Life (Journal of Contemporary Ethnography), Qualitative Sociology, Symbolic Interaction, Studies in Symbolic Interaction.

А. Готтлиб (2004: 53) считает, что *«подлинное рождение качественной социологии <...> следовало бы связывать с манифестом молодых английских социологов Д. Силвермена, А. Сикурелла и др., которые в своей работе "Новые направления в социологической теории" впервые теоретически обстоятельно осмыслили иную, альтернативную социологию»*.

Это верно, если не признавать позитивистского этапа и направления в качественной социологии.

4) Период кризиса репрезентации (1986-1990)

На этом этапе исследования и отчеты о них стали более нагруженными размышлениями относительно проблем тендера, класса, расы. Делаются попытки поиска новых моделей истины. Завершается эрозия классических норм объективизма в антропологии (объективизм, связь с колониализмом, структурирование социальной жизни фиксированными ритуалами и обычаями, этнография как памятник культуре) (Rosaldo 1989).

Столлер описал кризис репрезентации, с которым он столкнулся в период полевого исследования одного племени на Нигере:

«Когда я начал писать антропологические тексты, я следовал правилам, усвоенным в период обучения. "Я собирал данные», и когда данные были организованы в аккуратные папки, я "их описывал" (Stoller & Olkes. 1987: 227). В какой-то момент он пришел к выводу, что «мне все вали, <...> а данные, которые я собирал в муках, ничего не стоят. Я пришел к выводу: информанты обычно врут антропологам» (Ibid 229).

В конечном счете, он начал писать новый текст совершенно иного типа: воспоминания, в которых он стал центральным персонажем. Предмет этого анализа — столкновение между миром исследователя и изучаемого им племени. Это была его попытка преодолеть кризис репрезентации, с которым он столкнулся.

5) Постмодернистский, или современный период (с 1990 г.)

Денцин и Линкольн характеризуют этот период как этап «двойного кризиса»: с одной стороны, это кризис репрезентации, с другой — кризис легитимности. В результате авторитет этнографа подвергается нападкам (Denzin & Lincoln 1998: 17).

Этот набросок истории качественных методов показывает, что суть т. н. «качественной социологии» — в использовании гибких методов, не предполагающих статистической обработки. Но эта сущность может являться в разных методологических формах. Она не разборчива в своих методологических связях. Качественные методы могут использоваться с опорой как на позитивистскую, так и антипозитивистскую методологию, хотя последняя более адекватна их возможностям.

Особенности качественных методов

Собственно говоря, вся книга — об особенностях качественных методов. Поэтому, чтобы не раскрыть все ее содержание во введении, ограничусь тезисным перечислением основных принципов, лежащих в основе этой группы методов социального исследования.

1. Это методы, не предполагающие статистической обработки.

2. Видение мира глазами изучаемых людей. Это предполагает освоение смыслов, которые эти люди вкладывают в них. Для достижения этого часто используется эмпатия (Bryman 1988: 61). Качественные методы — это инструмент для реализации целей понимающей социологии (см. М. Вебера). Поскольку изучаемые люди — это часто очень неоднородная масса, то возникает задача взглянуть на мир с позиций разных групп, составляющих ее. Отсюда — особая роль в таких исследованиях неструктурированных интервью, позволяющих респондентам свободно предлагать свое видение обсуждаемых проблем и их набор.

3. Описательность. Среди задач исследования особое место занимает детальное описание изучаемых явлений (Bryman 1988: 63). «Details! Details!» — наставлял меня британский социолог Питер Фаебразер во время моего первого качественного исследования шахтерского движения Воркуты в начале 1990-х гг. Такой акцент часто вызывает непонимание и скептицизм среди сторонников традиционной научной методологии, исходящей из того, что цель научного исследования — анализ и объяснение. По в качественном исследовании большое внимание деталям повседневной жизни позволяет увидеть и понять общий контекст изучаемых процессов, что создает более прочную основу как для анализа, так и для объяснения.

4. *Контекстуализм и холизм.* Для качественных исследований характерно сильное стремление понять события, поведение в их контексте. Это принцип называют *контекстуализмом*. Он почти неотделим от другого принципа качественных исследований — *холизма*, который предполагает изучение таких социальных единиц, как племя, фирма, население города и т. п. как целостных явлений. Это означает, что собираемые данные могут быть поняты только в более широком социальном и культурном контексте (Вругман 1988: 64). Например, действия руководства фирмы нельзя понять, отвлекаясь от массы фактов, характеризующих политическую ситуацию в стране и регионе (фактор политической стабильности), налоговую политику государства, уровень и характер организованной преступности (рэкет), масштабы и характер существующих социальных сетей между фирмами, господствующие ценностные ориентации менеджеров, уровень квалификации персонала, отношение к труду рабочих и т. д.

5. *Процессуальное видение реальности.* Социальная жизнь изучается не как статическое состояние, а как процесс, т. е. череда, серия взаимосвязанных событий. Отсюда особый интерес к повседневной жизни как череде однообразных событий (Вругман 1988: 65). Из этого интереса вытекает особая роль включенного наблюдения как метода исследования.

6. *Понимание социальной реальности как результата социального конструирования.* Смысл этого принципа состоит в том, что люди действуют осознанно, хотя и не обязательно сознательно. Иначе говоря, даже пьяный человек, валяясь в грязи, понимает, что он делает, но не понимает зачем.

7. *Гибкость или отсутствие заранее подготовленной структуры.* Это означает, что исследователь, выходя в поле, отказывается от следования заранее выбранным жестким теоретическим или методическим принципам. Его подход открытый и слабо структурированный. Это позволяет в ходе исследования увидеть многое из того, что увидеть не ожидалось, не планировалось. В среде исследователей, использующих качественные методы, нет единства мнений относительно этого принципа. Все согласны, что в отличие от количественных методов исходный подход должен быть гибким, открытым для корректировок, но в какой мере? Одни считают, что на начальной стадии исследователь должен идти в поле с чистым сознанием, будто он ничего не знает об изучаемом объекте и не имеет никаких ожиданий. У исследователя нет даже представления об исследовательской проблеме, которая формулируется лишь по ходу дела. На ранних этапах исследования нового объекта такой подход вполне правомерен. Забудьте все, что Вы знали об этом, и начните сначала, как иноземные исследователи, высадившиеся на экзотическом острове. Другой подход предполагает, что исследователь, начиная полевую работу, уже имеет более или менее четкое представление о проблеме, о том, что он собирается изучать в избранном объекте. Но в любом случае план исследования изначально слабо структурирован и открыт для корректировок.

8. Отказ от предварительного выбора теории или концепции.

Исследователь, выходящий в поле с желанием подтвердить или уточнить заранее выбранную теорию, надевает на себя шоры, которые не позволяют ему видеть, замечать многое из того, что не укладывается в избранные теоретические рамки. Формулировка теоретических положений должна идти параллельно со сбором эмпирического материала.

9. Теория вырастает из собираемых фактов.

10. Акцент в задачах на вопрос «Как?». В количественных методах главная задача состоит в описании количественных характеристик изучаемых явлений: Каков потенциальный размер рынка? Каков удельный вес потребителей, отдающих предпочтение товару, марке X? Качественные методы предназначены для поиска прежде всего ответов на другие вопросы: Как люди принимают решения о покупке? Как они организуют потребление товара X?

11. Социальная реальность первоначально изучается в том виде, в каком она отражается в сознании людей. Затем проводится различие отражения и самой реальности, т. е. разведение того, что информанты увидели, и того, что реально происходило.

Структура качественных методов

В качественных методах выделяются два уровня: стратегии исследования и методы сбора данных. Однозначного, принимаемого всеми исследователями описания структуры качественных методов нет, да и, наверное, быть не может.

Стратегия — это общая логика проектирования исследования. Ее определение включает описание цели, основных задач и ключевых путей их реализации.

Итак, стратегии качественного исследования:

1. Монографическое исследование, или кейс-стади. В отечественной социологической литературе первый термин имеет давнюю историю. Второй заимствован из англоязычной литературы в 1990-е гг. В чем разница между ними — однозначного мнения нет. Я рассматриваю их как синонимы. Различия в конкретных исследованиях, авторы которых обозначали их первым или вторым способом, связаны не столько с самими стратегиями, сколько методологическим контекстом: не могли советские авторы 1960-х гг. рассуждать о способах проведения исследования так же, как западные авторы конца XX в. Суть кейс-стади или монографического изучения случая — в выборе в качестве объекта исследования одной относительно автономной и протяженной во времени социальной ситуации. Это может быть и биография индивида, и развитие предприятия, и история города. То, что называют «биографическим методом», часто реализуется как стратегия монографического исследования случая — биографии более

или менее выдающего человека. Для данной стратегии характерно построение исследования таким образом, чтобы в отдельном случае отразилась социальная реальность среднего или даже макроуровня.

2. **Типологически репрезентативное исследование.** Его особенность состоит в организации исследования таким образом, чтобы были представлены объекты, репрезентирующие разные типы исследуемой ситуации. В зависимости от темы исследования типизация ситуаций может идти по разным основаниям (например, успешные, неуспешные и «средние» предприятия). Такая стратегия направлена на выявление и описание структуры изучаемых процессов. По своей логике организация такого исследования напоминает построение выборки в количественном исследовании. Однако в качестве основы структурирования берется тип, без попытки его репрезентации в количественных пропорциях. Ключевые вопросы сводятся к выявлению и подробному описанию основных типов.

Обе стратегии характерны для качественных методов. Однако они не исключают включения в качестве вспомогательного инструмента тех или иных количественных методов. Например, при проведении кейс-стади автотранспортного предприятия (1989) наша группа в набор методов включала анкетирование работников. «Биографический метод» используется и в этой стратегии. В ее основе формирование выборки, направленной на поиск и описание разных типов биографий.

Методы сбора информации, чаще всего используемые в качественных исследованиях:

1. Наблюдение.
2. Включенное наблюдение.
3. Визуальное наблюдение с помощью фото- и видеоаппаратуры.
4. Неформализованное (неструктурированное) или слабо формализованное интервью. Наиболее характерный его вариант — глубокое (или глубинное) интервью.
5. Групповая дискуссия (фокус-группа).
6. Проективные техники (разного рода тесты).

Все выше перечисленные методы сбора информации используются в обеих стратегиях. В данной работе отобраны только основные методы, используемые в полевом исследовании. Книга не претендует на полноту описания всех методов и их нюансов. Ее тематические рамки совпадают с рамками опыта автора. Иначе говоря, я пишу только о том, что сам использовал.

ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ

Функции программы. Постановка проблемы. Цель и задачи исследования. Объект и предмет. Методы сбора информации и выборка. Общая логика исследования.

Разработка программы исследования — это подготовительный этап. По-английски этот этап часто называют Research Design.

Исследование начинается с выбора проекта. Этот процесс включает, прежде всего, определение темы. Нередко это самый сложный этап. Для определения темы необходимы и достаточно глубокие знания состояния науки, и представления о сложившейся в ней конъюнктуре (обычно проект нуждается в одобрении значимых других), и способность чувствовать практические проблемы своего общества, и навыки лаконичной формулировки темы. И тут перед исследователем часто стоит выбор: проводить исследование во имя получения новых научных знаний или для защиты диссертации, выбирать тему, интересную для себя или для экспертов фонда, менеджеров предприятия? Выбранная тема трансформируется затем в программу исследования.

В качественных исследованиях нет необходимости в столь детально проработанной программе, как это принято в количественных исследованиях. Однако это не означает ненужности программы.

Вообще-то вопрос о программе исследования трактуется у исследователей-качественников неоднозначно. Распространена точка зрения, согласно которой надо выходить в поле с «чистым сознанием», незамутненным уже имеющимися концепциями. На начальном этапе, когда определились лишь контуры объекта, но совершенно неясно, что в нем изучать, такой подход может быть вполне правомерен. Хотя, как правило, исследователь идет в поле, будучи нагруженным жизненным опытом (в т. ч. и предшествующих исследований) и образованием.

На более продвинутых этапах исследования все же возникает потребность в программе. Зачем она необходима? В целом программу можно сравнить со сценарием (пьесой), по которому предполагается вести исследование. Подход к программе в качественном исследовании — как у творческого режиссера к литературному произведению, выбранному в качестве основы. Это может быть и достаточно точное следование основным положениям программы (аналог в кино — экранизация пьесы), и проведение исследования «по мотивам» программы.

Программа — это исходный сценарий. Она пишется в момент, когда о многих характеристиках предстоящего исследования можно только догадываться. По ходу его проведения возникают новые обстоятельства, корректируются взгляды исследователя, смещается фокус его интереса. Поэтому программа постоянно правится, дописывается и переписывается. Нередко к концу исследования она приобретает неузнаваемый вид. По

мере сдвига фокуса исследования меняется структура используемых методов. В результате методы, считавшиеся изначально основными, отодвигаются на задний план, а бывшие второстепенными становятся ключевыми.

В своем исследовании «Социальное конструирование этничности немецких переселенцев в ФРГ» я строил программу вокруг вопроса: «Как переселенцы из бывшего СССР конструируют границы между «Мы» и «Они»?». На первой фазе исследования фокус был направлен на анализ самосознания. Однако по ходу исследования меняется представление об этнической самоидентификации. Она рассматривается уже как комплекс повседневных практик, обозначающих границу между «Нами» и «Ими». В соответствии с этим сдвигом корректируется и программа. В ней все большее место отводится методу наблюдения особенностей повседневной жизни этнических немцев, а глубокое интервью выступает как инструмент детализации этих наблюдений и описания мотивации.

Программа выполняет следующие ключевые *функции*, каждой из которой может соответствовать особый вариант:

1. Главная функция программы — сделать процесс сбора и анализа данных целенаправленным. В программе исследователь проясняет для себя проблему, которую он собирается исследовать, и пути движения к ее решению. Без программы исследование приобретает характер бессистемного сбора данных, накапливающихся в огромный массив, с которым не знают что делать. Экономящий время на программе, затем с лихвой теряет его при сборе и анализе данных. Программа, предназначенная для самого исследователя, прописывает как логику, стратегию исследования, так и многие сугубо технические вопросы.

2. Программа имеет и более утилитарное значение. Это документ, который при общении с заказчиком, фондами приобретает форму заявки на исследование. В ней прописывается проблема и пути ее решения. На этой основе заказчик оценивает соответствие предложения исследователя своим потребностям. Программы предлагаются заказчику как в прикладных, так и научных исследованиях. Программа как заявка часто акцентирует внимание на логике исследования, обосновании его актуальности, новизны, а технические вопросы проговариваются вскользь.

Программа как заявка нередко отражает противоречивый характер отношений заказчика, фонда и исследователя. Их интересы часто не совпадают. Предприятия и фирмы обычно заказывают очень простые исследования, которые не дают материала для науки. Фонды же нередко подвержены научной моде, что нередко ставит успех заявки в зависимость от способности исследователя улавливать конъюнктуру. Есть и научные эксперты, имеющие свои предпочтения, вкусы, устоявшиеся взгляды. И чем оригинальнее заявка, тем больше шансов, что ее не поддержат. Наука же начинается с конфликта между общепринятым и инновационным, фактически отвергающим или пересматривающим достижения самих экспертов. В этой ситуации исследователь, разрабатывая программу-

заявку, вынужден искать компромисс между своими научными интересами и предпочтениями, представлениями и убеждениями заказчиков и грантодателей. Компромисс проявляется в акценте на модные темы и подходы и в выводе в тень тех сюжетов, которые явно не интересны заказчику или могут быть не поняты экспертами фондов. Разумеется, эти проблемы не имеют отношения к широко распространенной категории грантоискателей, готовых исследовать все что угодно и как угодно, если эта работа хорошо оплачивается.

3. После окончания исследования программа трансформируется во введение. В ходе этого процесса программа редактируется, будущее время меняется на прошедшее, выбрасывается то, что оказалось лишним, неуместным или неэффективным.

Структура программы

Постановка проблемы

Программа начинается с постановки проблемы или исследовательского вопроса.

Проблема — это осознанное противоречия между имеющимся и необходимым состояниями. Проблема может иметь две разные стороны.

1) Противоречие в практике — между сложившейся ситуацией и осознанными потребностями (практическая проблема). Например, для выживания или развития предприятия ему необходимо наращивать сбыт продукции, но потребители почему-то не прониклись пониманием этой необходимости. Формулировка этой проблемы предполагает хорошее знакомство с практикой. В прикладных исследованиях оптимально, если проблему формулирует заказчик. Однако практики часто испытывают затруднения в переводе своих ощущаемых проблем на язык четких словесных формулировок. Поэтому нередко случается, что исследователю предлагается вариант известной сказки: пойди туда, не знаю куда, найди то, не знаю что. Порой исследователи преждевременно радуются такой свободе. Однако при сдаче отчета начинает выясняться, что принесенная информация заказчику не нужна, что он имел в виду нечто другое.

Именно с такой ситуацией мне пришлось как-то столкнуться при проведении исследования системы образования по заказу руководства республиканского парламента. Заказчик обозначил широкую тему, но сформулировать точную проблему не смог, предоставив это исполнителю. Я это сделал, но допустил ошибку, позволив заказчику ограничиться поверхностным просмотром программы. В результате при сдаче отчета обнаружилось, что заказчик имел в виду совершенно иную проблему. Потребовались усилия и время, чтобы провести дополнительное исследование и найти компромисс с заказчиком. Этого легко можно было избежать, если бы проблема формулировалась совместно с заказчиком даже при отсутствии у последнего желания этим заниматься и умения переводить смутные желания на язык четких формулировок.

В силу этого предельно четкая постановка практической проблемы совместными усилиями заказчика и исследователя, фиксация достигнутого взаимопонимания в исходном пункте программы — необходимое условие нормального окончания прикладного исследования и профилактики возможных недоразумений на финишном этапе.

2) Противоречие между имеющейся информацией и потребностью в ней (гносеологическая проблема).

Например, для решения проблемы необходимы технологии воздействия на потребителей, знание механизмов их поведения в данной ситуации или эмпирическая информация о структуре спроса, однако в науке этот вопрос не исследован, данный сегмент рынка не изучался или данные устарели. Формулирование этой проблемы предполагает предварительный обзор литературы, знание накопленной в результате других исследований информации.

Такая постановка проблемы характерна прежде всего для научных исследований, но нередко встречается и в прикладных.

Есть несколько путей движения к постановке гносеологической проблемы.

(а) **Анализ имеющейся литературы по данной теме, отчетов о ранее проведенных исследованиях, имеющихся банков данных.** Фактически для постановки такой проблемы необходимо самостоятельное предварительное исследование степени изученности темы. Его итогом может быть выявление «белых пятен», которые достойны того, чтобы их ликвидировать в процессе нового исследования. В прикладных исследованиях нередко бывает достаточно анализа имеющейся на предприятии информации (какие исследования проводились прежде, какие есть базы данных).

(б) **Консультации с коллегами, занимающимися данной или близкой проблематикой.** Они могут быстро ввести в курс дела. Поэтому даже дальние командировки в другие научные учреждения, фирмы, для участия в конференциях, несмотря на большие расходы, в конечном счете могут привести к экономии за счет сокращения этой первой фазы исследования и повышения его качества.

(в) **Порученная или предложенная исследовательская проблема** (Страус и Корбин 2001: 29). В этом случае исследователь получает задание или предложение от более опытного специалиста, который фактически берет на себя ту часть работы, которая требует больших знаний. Такой вариант движения к постановке проблемы характерен для многих учебных исследований, выполняемых студентами и аспирантами. Он широко используется и в больших исследовательских коллективах (НИИ, фирмах), где руководитель четко формулирует проблему, поручая исполнителю провести исследование для ее решения.

Когда характер необходимой информации и ее источники определены, начинается Research Design.

Таким образом, выдвижение проблемы может иметь два источника: практическая и научная деятельность. В одних случаях имеются оба, в других — только один из них.

Исследование нового продукта «Кока-колы». В 1985 г. компания «Кока-Кола» приняла решение о начале производства нового продукта — «New Coke», который должен был сменить «Coca-Cola-Classic», выпускавшуюся уже 99 лет. В основе этого решения лежали результаты крупномасштабного исследования. В нем проблема была сформулирована примерно так: вкус — решающий фактор потребительского выбора между конкурирующими марками. Компания потратила 4 млн долларов на тестирование, в ходе которого 40 тыс. потребителей сравнивали классическую и новую «Кока-колу» с «Пепси-колой». Результаты показали, что при тесте продуктов с неизвестным брендом 55 % отдали предпочтение новой «Коке» в сравнении со старой и 52 % отдали ей предпочтение по сравнению с «Пепси». Но когда начался выпуск нового продукта, это вызвало возмущение довольно широких кругов потребителей, не желавших расстаться со старой маркой. Отсюда напрашивается вывод: проблема компании состояла не в поиске нового вкуса, а в управлении брендом. Таким образом, неверно сформулированная проблема привела к тому, что хорошее исследование не помогло компании удержать свои позиции в конкуренции с «Пепси», а наоборот, стало обоснованием ошибочного решения (Parasuman 1991: 94-95).

Выдвижение цели и задач исследования

Из поставленной проблемы вытекает цель исследования. Характер проблемы определяет характер цели. *Цель* содержит определение основного результата, который надо получить для решения проблемы. Например, для продвижения на рынок товара X надо получить информацию о том, какие осознанные потребителями потребности и интересы он может удовлетворить.

Постановка цели предполагает учет специфики социологического знания и возможностей качественных методов. Инструментом познания в качественных исследованиях выступают индивиды и, как правило, довольно ограниченное их число, что отличает эти исследования от количественных. И тут есть риск сформулировать цель, жестко привязанную к конкретным индивидам, а их описание выдать за ее реализацию.

В социальных науках индивид выступает как носитель типического. *«Акцент на типическом — принципиален для социологии»* (Готлиб 2004: 97). И не только для социологии, а вероятно, для всех наук об обществе, исключая историю, где важную роль играют биографические исследования. Следовательно, на пути к этой цели исследователь пытается отделить социальное, типическое в изучаемом индивиде от уникального, неповторимого в нем, от проявлений его психических особенностей.

В качественном исследовании, опирающемся на феноменологическую традицию, *«типическое — это типика смыслов, значений, кото-*

рмы действующие субъекты наделяют жизненно важные вещи» (Готлиб 2004: 97).

Цель исследования может описываться в разных категориях. Чаще всего это описание, объяснение и предвидение.

Описание — это процесс отражения изучаемого предмета без проникновения в его суть и с акцентом на формы его проявления. В ходе описания центральным является вопрос «Как это выглядит?» или «Как это происходит?». Описание как цель характерно, прежде всего, для этнографического исследования. Однако описание — это не зеркальное отражение происходящего. Оно является упрощенной формой анализа. Описание может быть этнографическим. В этом случае его предметом является единичный объект, а результатом выступает модель существования единственного объекта. Но описание может быть и обобщающим. В этом случае несколько единичных описаний накладываются друг на друга, выделяются устойчивые повторяющиеся элементы, которые и составляют обобщающую модель.

Описание включает в себя следующие операции:

(а) перевод с языка зрительных образов и повседневной речи на язык более четких, однозначно понимаемых категорий и понятий, говоря иначе, обозначение фактов с помощью понятий;

(б) расчленение изучаемого объекта на составляющие его элементы;

(в) классификация наблюдаемых фактов (отбор одних данных, игнорирование других, фокус на одних, вывод в тень других);

(г) сравнение отобранных фактов с целью выявления между ними отношений тождества или различия;

(д) группировка фактов путем объединения их в типы, группы;

(е) упорядочивание фактов во времени в форме череды событий.

Объяснение — это операция по выявлению причинно-следственных связей и зависимостей: «А порождает Б, а там, где встречается В, велика вероятность встречи и Г и т. д.». Объяснение — это наиболее распространенная цель социологических исследований.

Выделяются несколько видов объяснения (Иванов 2003: 55):

(а) причинное, или генетическое. Его цель — выяснение причин возникновения, существования и развития тех или иных явлений;

(б) функциональное, или следственное. Его целью является выяснение функций или следствия взаимодействия одного явления с другим;

(г) структурное. Его цель — выявление устойчивых связей, присущих данному явлению;

(д) телеологическое. Его цель — раскрытие мотивов и целей субъекта социального действия.

Предвидение — это операция, целью которой выступает выявление перспектив развития изучаемых социальных процессов.

Цели в количественном и качественном исследованиях принципиально различаются. В количественном исследовании цель состоит в получении выводов, которые распространяются на весь объект исследования.

Например, необходимо выяснить отношение к СМИ взрослого населения города X. В качественном исследовании целью является либо этнографическое (детальное, всестороннее) описание отдельных небольших объектов (организаций, групп, индивидов), либо выведение из эмпирического исследования теории, позволяющей понять изучаемое поведение. В последнем случае цель может быть сформулирована так: выведение из эмпирического анализа моделей поведения в ситуации Y. При этом исследователь не может претендовать на то, что он опишет все возможные модели. Его выводы не могут распространяться на ту или иную группу. Он просто может констатировать: есть такая и такая модели поведения.

Задачи — это частные цели, которые необходимо достигнуть на пути к главной цели. Это пути движения к цели. По форме задачи исследования — часто крупные исследовательские вопросы. В целом они обычно делятся на два типа:

1. Как протекает изучаемый процесс?
2. Что влияет на его ход?

Например, при изучении поведения потребителей необходимо знать, во-первых, какие потребности и интересы в изучаемой области потребители уже осознали, во-вторых, как они их удовлетворяют в настоящий момент, в-третьих, насколько их удовлетворяет настоящее состояние, в-четвертых, как они отнесутся к новому варианту удовлетворения их потребностей, предлагаемому фирмой, в-пятых, как влияют на их поведение социализация, привычки, мода, реклама.

В количественном исследовании перечень вопросов строго определен и фиксирован, поскольку он разворачивается в перечень вопросов для анкеты или формализованного интервью. В качественном исследовании перечень открыт и может продолжаться, корректироваться по ходу исследования.

Цель и задачи могут формулироваться в терминах этнографического описания и/или теории. Чем отличается теория от этнографического описания? Во-первых, теория оперирует категориями, которые появляются в результате группировки сходных данных и присвоения им понятийного (концептуального) ярлыка. В этнографическом описании могут использоваться развернутые образы, характеристики. Во-вторых, в теории понятия связываются с помощью формулирования взаимосвязей. В описании связь вылавливается из череды фактов (Страус и Корбин 2001: 26).

В зависимости от характера цели и задач исследования могут быть фундаментальными и прикладными. *Фундаментальное исследование* направлено на построение теории того или иного уровня, выработку модели существования изучаемого объекта.

Фундаментальные исследования делятся на два типа (Иванов 2003: 51):

- *методолого-методические*, где предметом является не объективный социальный мир, а способ его изучения;
- *объектные*, где предметом выступают отдельные социальные явления или социальная действительность в целом.

Движущим мотивом фундаментального исследования является научная любознательность. Исследователю интересно знать, что Это такое, как и почему Это существует. Как можно использовать в практике полученные результаты, он не знает, а часто и не может знать. Правда, правила научной игры, требования фондов часто акцентируют внимание на «практической значимости» работы, поэтому исследователь часто буквально вымучивает ответ на вопрос: как полученные результаты помогут изменить мир. В реальности он часто и не может, и не хочет менять этот мир. Ему просто интересно знать, как живет данный участок социальной реальности.

Прикладное исследование направлено на применение результатов фундаментальных исследований. Его продуктом являются рекомендации по улучшению состояния дел на изучаемом объекте. Чаще всего прикладное исследование опирается на чужие фундаментальные разработки, инструментарий которых подгоняется под конкретный объект.

Разновидностью прикладного исследования является *исследование оценочное*, направленное на выяснение эффективности тех или иных социальных технологий или оценку состояния изучаемого объекта с точки зрения интересов заказчика. Часто встречающейся формой оценочного исследования является мониторинг процесса.

Между фундаментальными и прикладными исследованиями существует граница, порожденная логикой разделения научного труда: одни познают механизмы, лежащие в основе изучаемой реальности, другие думают, как эти механизмы превратить в технологии. Эта логика проявляется во всех областях. Великие открытия физиков или химиков редко были связаны с осознанной перспективой их применения в производстве. В общественных науках всегда чувствовалось стремление доказать свою полезность с помощью привязки исследований к прикладным задачам. Однако этот путь часто чреват риском идеологизации, ведущей к утрате научной объективности. Благими научными целями нередко вымощена дорога к социальной или техногенной катастрофе.

Объект и предмет исследования

Объект — это изучаемая ситуация (процесс, ограниченный во времени), это то, на что направлено исследование. При этом надо иметь в виду, что в современной социологии и социальной теории все больше доминирует т.н. «процессуальный подход». Это значит, что все объекты рассматриваются не как стабильные, застывшие и неизменные сущности, а как процессы, находящиеся в безостановочном движении. Поэтому индивид — это процесс. Группа людей — процесс. Город — это процесс.

Любая ситуация имеет ограничения по крайней мере по четырем основным параметрам, которые описываются с помощью исследовательских вопросов:

- | | |
|-------------------|------------------------|
| 1. Кто действует? | 3. Когда он действует? |
| 2. Что он делает? | 4. Где он действует? |



Схема 1. Социальная ситуация

Например, объектом анализа может быть такая социальная ситуация как покупка товара. Ее общие границы определяются в процессе ответа на четыре вопроса: Кто покупает? Что покупает? Где покупает? Когда покупает?

В качестве социальной ситуации может рассматриваться внутренняя организация, жизнь предприятия, рынок. В принципе все, что угодно, любой процесс, ограниченный в пространстве и во времени.

Непростым является и выбор масштаба проекта. Здесь возможен целый ряд вариантов определения масштабов объекта:

- Сложное общество.
- Ряд сообществ.
- Одно сообщество.
- Ряд социальных институтов
- Один социальный институт.
- Множество социальных ситуаций.
- Одна социальная ситуация (Spradley 1980: 30).

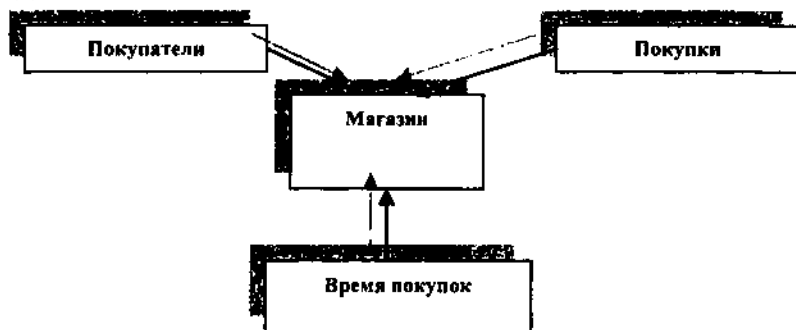
Предмет исследования — эта та сторона социальной ситуации, которая нас интересует в первую очередь. Все остальные стороны превращаются в факторы, контекст.

Социальная ситуация объемна. Общая картина — это задача описательного наблюдения. Когда общая ситуация ясна, идет переход к фокусированному, а затем и избирательному наблюдению. В ходе этого процесса в поле зрения исследователя остаются все четыре стороны ситуации, но их соотношение варьируется: одна сторона выступает в качестве предмета, а остальные — в качестве факторов, влияющих на его состояние, развитие (Spradley). При переходе от описательного наблюдения к избирательному мы сдвигаемся от объекта к предмету, т. е. выбираем в объекте сторону, которая будет в фокусе нашего внимания.

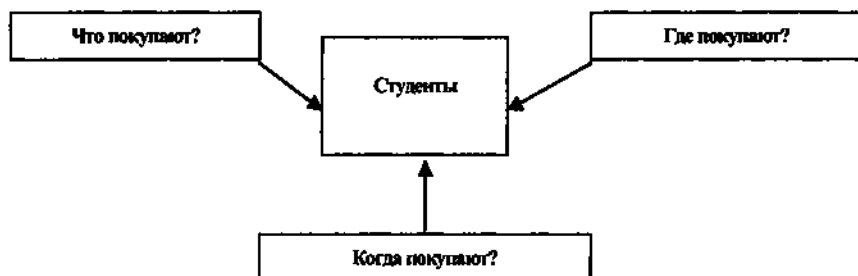
Возможны несколько типов исследования, в основе классификации которых лежит характер предмета:

- а) Всестороннее исследование (например, образа жизни).
- б) Тематически ориентированное исследование (например, потребление продуктов питания).

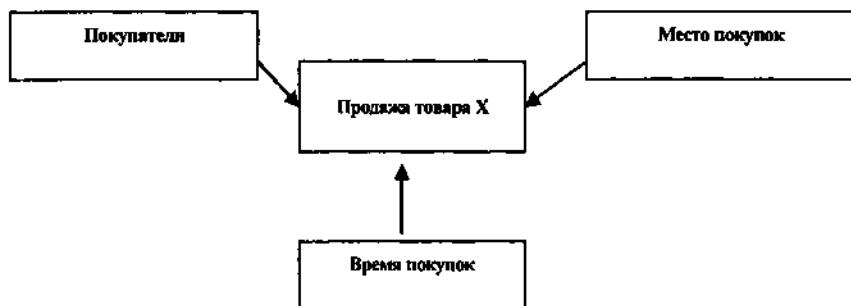
(1) Место как предмет исследования



(2) Субъект как предмет исследования

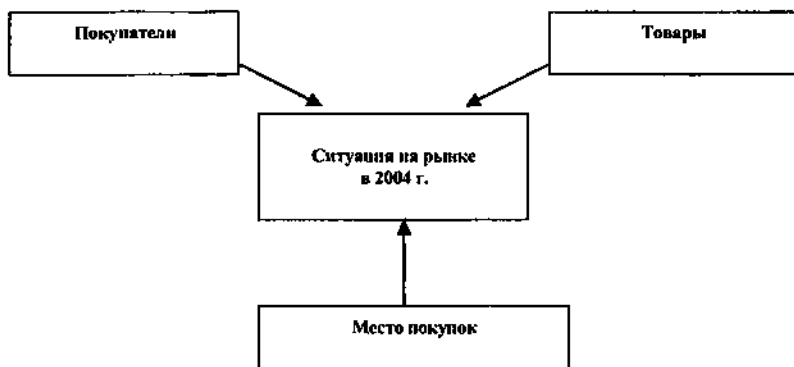


(3) Деятельность как предмет исследования



Иной вариант объекта — социальный субъект (предприятие, социальная группа), имеющий множество сторон. Например, жизнь студентов как социальной общности не сводима ни к учебе, ни к покупкам. Предмет — это та сторона деятельности субъекта, которая выбирается для исследования. Например, объект студенты университета X в 2004 г., предмет — потребление студентами пива.

(4) Время как предмет исследования



Методика

Одним из ключевых элементов программы и заявки на исследование является описание методов сбора и обработки информации, которые предполагается использовать. Это очень важный раздел как для исследовательской программы, так и для заявки, предоставляемой заказчику. Разные методы предполагают разные затраты времени, денег. Поэтому общий план работы и финансовая смета довольно жестко обусловлены содержанием именно этого раздела.

График проведения исследования

Этот раздел нужен и заказчику, и самому исследователю. Он призван убедить заказчика в том, что предлагаемая тема подъемна в обозначенные сроки. При необходимости могут оговариваться промежуточные отчеты.

В этом разделе перечисляются основные фазы исследования и обозначаются их сроки. К основным этапам исследования часто относят следующие:

- подготовка развернутой программы исследования;
- обзор литературы по теме;
- обзор источников вторичной информации;
- подготовка инструментария;
- сбор данных;
- анализ данных;
- написание отчета;
- обнародование и применение результатов.

Если это заявка на исследование, то некоторые разделы графика в той или иной степени должны быть реализованы уже на этом этапе. Однако этапы обычно планируются, отражая не только уже проделанную работу, но и планы по ее углублению.

Этапы могут частично перекрывать друг друга. И это естественно: часть направлений работы осуществляется параллельно.

Общая логика проведения исследования

Общая логика исследования может иметь линейный или спиралевидный характер.

Линейная модель типична для количественных исследований, хотя может встречаться и в качественных, но не характерна для них. В этой модели этапы разработки программы идут последовательно и не предполагается возврат к пройденному. Данная модель проведения полевого исследования предполагает, что этапы сбора и обработки информации следуют один за другим в строгой последовательности, которая не может нарушаться. Например, нельзя начинать статистическую обработку анкет до того, как проверено их качество и завершен этап опроса. В линейной модели работа начинается с выдвижения проблемы и разработки на этой основе детальной программы исследования, а завершается написанием отчета.

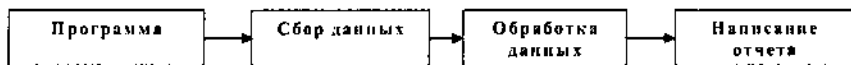


Схема 2. Линейная модель

Спиралевидная модель. Качественные методы часто называют «гибкими» в противоположность «жестким» количественным. Жесткость последних проявляется в том, что корректировка методических материалов в ходе исследования (после завершения пилотажа) означает производство брака. Здесь все единицы информации должны быть строго сопоставимы, что достигается неизменностью («жесткостью») инструментария на протяжении всего процесса сбора информации.

Качественное исследование строится на противоположных принципах. Оно является «мягким», «гибким». Это означает, что корректировка программы и всего остального инструментария не только допустима, но и необходима в процессе сбора материала.

После выбора темы проекта готовится программа исследования. На ее основе проводится сбор данных. На основании ограниченного объема материала пишется набросок отчета. Работа над ним позволяет выявить трудности в интерпретации, сформулировать новые вопросы, уточнить старые, обнаружить новые нюансы в целях и задачах. Таким образом, в ходе этого процесса появляются основания для уточнения, изменения программы. Затем сбор данных продолжается. На основе нового материала корректируется набросок отчета. Выявляются «белые пятна». Снова собирается материал, анализируется. Продолжается работа над отчетом, требующая уточнений программы. И так продолжается до завершения исследования. Этот процесс является спиралью: происходит возврат к уже отработанной форме, но на новом уровне.

Разумеется, эта схема носит весьма условный характер. Гибкий характер исследования предполагает, что возможны разные варианты формирования спирали. Например, при использовании стратегии «снежного

кома» (см. в главе «Написание отчета») работа над отчетом и программой возобновляется почти после каждого нового интервью или наблюдения. При выборе блочной стратегии этот возврат происходит после завершения блока работ (например, серии интервью).



Схема 3. Спиралевидная модель

КОНЦЕПЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПОЛЯ В КАЧЕСТВЕННОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Феномен социокультурного поля. Ресурсы, культурная программа, язык, границы. Дискурсивное поле. Иерархия дискурсивного поля. Индивидуально-личностное поле как матрица качественного исследования.

Феномен социокультурного поля

Один из исходных методологических принципов, которых я придерживаюсь в качественных исследованиях, связан с концепцией социокультурного поля. Она развивалась в социальной психологии применительно к ситуациям непосредственного взаимодействия, но в принципе этот методологический подход применим и для анализа объектов любого масштаба: семьи, компании друзей, населения города, страны, процессов глобализации.

Социокультурное поле — относительно автономный участок социального пространства, обладающий надындивидуальной реальностью, порождаемой прямым или косвенным (через организации) взаимодействием людей. С одной стороны, это внешняя среда по отношению к изучаемым индивидам, а с другой — это среда, порождаемая и воспроизводимая этими же индивидами. В силу этого исследование фокусируется на личной ответственности каждого изучаемого индивида за воспроизводство реальности, которую он рассматривает как внешнюю по отношению к себе.

Так, мода — это массовое явление, но его не понять, если не рассматривать механизмы индивидуального поведения, воспроизводящего этот процесс. Мода не существует без ее носителей — индивидов, одержимых идеей конструирования своей идентичности современных и успешных людей через потребление. Диктатура — это форма существования целого ряда социальных институтов, формирующих общество. Но диктатура немыслима без людей, вольно или невольно ее принимающих: одни казнят, другие боятся и подчиняются, третьи упреждают репрессии и бегут впереди желаний диктатора.

При таком подходе снимается традиционное деление социологии на макро- и микроуровни. В центре внимания оказывается феномен, изучение которого я назвал бы *социальным сопроматом*. Суть его — в поисках ключа к пониманию жизни социальных институтов на уровне углубленного анализа жизни индивидов. Отсюда важность глубоких интервью, включенного наблюдения и других способов сбора информации о поведении индивидов в социальных структурах.

Концепция социокультурного поля предполагает начинать анализ процессов с попытки понять специфику полей, в которые включены изучаемые индивиды. Ключ к пониманию поведения людей лишь в некоторой

мере лежит в их индивидуальных характеристиках. Один и тот же человек ведет себя по-разному, попадая в разные социокультурные поля (вечеринка, богослужение, футбольный матч, родная и чужая страна и т. д.). В то же время очень разные люди ведут себя схоже в однотипных социокультурных полях.

Анализ социокультурного поля может вестись с помощью *матрицы*, ориентирующей внимание исследователя на выявление следующих характеристик поля:

1. *Ресурсы поля.* Часто это описание материальной среды, в которой разворачивается взаимодействие. Это может быть анализ интерьера офиса и его расположения в здании, городе. В исследовании поведения потребителей это анализ предложения товаров на рынке и форм организации торговли ими. К этой же категории относятся доходы, накопленное имущество, социальный и культурный капитал. Значительная часть материала о ресурсах поля собирается с помощью разных типов наблюдения.

2. *Культурная программа поля.* На уровне общества это культура, на уровне социальной группы — субкультура, на уровне первичных групп — культурные программы микроуровня (принимаемые и реализуемые в практиках ценности, нормы). Анализ культурных программ позволяет понять смыслы, вкладываемые изучаемыми людьми в свою деятельность. Наиболее эффективным инструментом сбора информации о программах являются интервью.

3. *Язык социокультурного поля* — это набор правил интерпретации используемых в поле знаков и символов, норм их сочетаемости друг с другом и с ситуациями внешней среды («уместные» и «неуместные» слова, варианты одежды, жесты и т. д.). В качестве знаков выступают все материальные объекты, действия людей, которым окружающие придают смысл и используют для интерпретации. Есть не только вербальный язык, но и язык жестов, одежды, мебели, косметики, автомобилей, демонстраций и т. д.

4. *Граница поля и режим ее поддержания.* Граница — одна из ключевых характеристик поля. Важно обнаружить, где она проходит, с помощью каких средств поддерживается. Здесь происходит разграничение центростремительных тенденций внутри поля и центробежных — между полями. На границе наблюдается прерывистость социального взаимодействия:

а) процессы обмена ресурсами либо замедляются, ослабевают, либо исчезают совсем. Уровень жизни одной страны слабо влияет на уровень жизни ее соседей. Богатство одной семьи замыкается в основном в ее границах;

б) прекращает свое действие программа поля. Ценности и нормы теряют свою направляющую функцию. Нередко цен-

ности превращаются на границе в антиценности. Жесткие нормы становятся смешными причудами (например, нормы мусульманского права в христианской среде);

в) язык теряет способность служить средством коммуникации. На границе возникает зона непонимания или ограниченного понимания. Здесь происходит смена языка или его диалектов, жаргонов. Язык же оказывает мощное влияние на структурирование социального взаимодействия: чем сильнее языковой барьер, тем больше шансов, что взаимодействие сведется к примитивным формам, поддерживаемым языком жестов.

Как функционирует граница, можно понять, используя весь арсенал качественных методов. Исследователь ставит вопросы, касающиеся ее режима: где и как прерывается обмен ресурсами; по каким принципам конструируется граница; где «мы» превращаются в «они»; в чем отличие культурной программы данного поля от соседних; как различается категориальный аппарат соседних полей. Во многих исследованиях важен анализ «пропускного режима» границы: сколько людей пропускается через границу в поле; каковы их характеристики; сколько людей блокируется на границе; каковы их свойства; каковы критерии пропуска через границу поля.

Главный вопрос исследования — что представляет собой социокультурное поле и как оно воспроизводится через взаимодействие людей.

Каждый индивид включен одновременно в целый ряд социокультурных полей. Они накладываются друг на друга в самых замысловатых формах: страна, регион, город, предприятие, социально-возрастная группа, компания друзей, семья, а также временные поля-ситуации: вечеринка, футбольный матч, поездка в метро и т. д. Через наблюдения и интервью мы выясняем иерархию расположения полей: какое из них является для данного индивида здесь и сейчас ключевым, а какое остается на периферии.

Социокультурное поле: опыт самоанализа

Честные лекари прошлого нередко пробовали лекарство на себе, прежде чем лечить им своих пациентов. Исследователю во многих ситуациях также полезно примеривать свой инструментарий на себя.

Работая над этой книгой, пытаюсь взглянуть на свою жизнь последних месяцев через призму категории социокультурного поля. Если попробовать объяснять мое поведение, опираясь на знание моей личности и набор нескольких изолированных внешних факторов, то можно поставить неутешительный диагноз: раздвоение или даже утроение личности. А если взглянуть на эту жизнь как на передвижение из поля в поле?

Май - июнь. Я являюсь профессором факультета социологии Санкт-Петербургского университета. Это основная структура, определяющая мое пространство возможностей в данный момент. Я читаю лекции, провожу консультации, участвую в защите курсовых работ, веду по электронке

переписку с аспирантами, которые параллельно учатся и в западных университетах. Еду домой по улицам Питера. Провожу интервью. Сажу в кофейню. Общаюсь с друзьями — в основном работниками вузов и академических учреждений. Говорю на наши общие темы, на общем жаргоне нашей среды. Меня с утра тяготит груз еще не выполненных обязательств, связанных с учебной нагрузкой и научными проектами. Завтракаю и ужиною на кухне городской квартиры под включенный телевизор, засоряющий мои мозги информацией о телодвижениях президента и вымученных романах в шоу «Дом-2». Убегая от рекламы, попадаю на американский боевик, где кто-то кого-то догоняет и выпускает в него сотни пуль, а они с него — как утренняя роса с сорняка. Культурное потребление постоянно прерывается телефонными звонками: ищут студенты, ищет начальство, нетактично спрашивают о результатах еще не сделанной мною работы. На автостоянке напоминают о необходимости внесения очередного платежа. Иду в спортзал — это «качалка», заполняемая мощными мужиками, как будто только что вернувшимися со съемок «Бандитского Петербурга». В университете начинается мой мастер-класс для молодых социологов из разных городов России, потом короткий курс лекций. Иду в книжный магазин, ухожу с облегченным кошельком, сетую на цены.

Июль. Самолет приземлился в ФРГ. Живу в семье немецких друзей, которые знают по-русски только несколько слов. Утро начинается с немецких газет, которые приносят в дом еще до того, как я проснусь. Иногда встречаю новости в стране по имени «Россия». Обычно от них портится настроение, и для поддержания душевного равновесия лучше читать о Германии. Мы вместе с друзьями готовим пищу, косим газоны, стрижем кусты в саду, пьем белое рейнское вино и говорим о немецкой жизни, как она видится с колокольни благополучных представителей среднего класса. Каждый день неспешно еду на трамвае в университетскую библиотеку. Читаю книги, отбираю из электронной базы журнальные статьи. Правлю свою статью, переведенную на немецкий язык для публикации в местном сборнике. Идем в гости к знакомому художнику. Встречаем новых людей из мира искусства. Вино, беседы о жизни, без всяких упоминаний России и Питера. Смотрю новые книги с иллюстрациями хозяина. По вечерам иногда захожу в греческое кафе, где радушная хозяйка потчует меня немецкими колбасками и местным пивом. Голова болит о том, что не успеваю найти нужные книги, статьи, встретиться с местными знакомыми. Беседую с приятелем, учителем гимназии, о немецкой школе. Перед сном читаю книгу «Russen Disco» о жизни русских иммигрантов в Берлине.

Август. Маленький городок на побережье Азовского моря. Утро начинается с мысли: то ли стойки ворот забетонировать, то ли пробежать кросс по берегу моря? Выбираю кросс. Обрезаю в старом саду ветки. Общаюсь с соседкой, балакающей на кубанском диалекте. Обсуждаем покраску ворот. Иду к нотариусу, сижу в длинной очереди, все заканчивается безрезультатным разговором. Мысли крутятся вокруг бюрократических процедур оформ-

мления домовладения. Сiju с приятелем детства. Ему делать нечего, работы нет, денег тоже. Его мысли быстро соскальзывают к гениальной идее: мы идем к нашей соседке, которую я знаю с рождения. Та по случаю встречи предлагает мне стакан самогона, я отказываюсь, ссылаясь на машину. Товарищ охотно приходит на помощь. Общаюсь с близким мне мужиком, который перебивается случайными заработками. В этот день он заработал 15 рублей, купил хлеба и спичек. С гордостью говорит, что уже два месяца не покупал самогон (если, конечно, не считать дни рождения товарищей по бригаде). Брожу по рынку в поисках проводов. Общаюсь с электриками и сантехниками. Сiju в саду под ореховым деревом, выкроив пару часов для работы над этой книгой. Другая соседка рассказывает про свою работу на консервном заводе, куда она, выпускница техникума, из-за отсутствия рабочих мест пошла разнорабочей. Читаю местную газету объявления: «продам дом», «женщина ищет порядочного мужчину». После полуночи в соседские ворота стучится милиция: квартирант, опечаленный тем, что работодатель не платит ему за проведенные штукатурные работы, бьет того по лицу, уверяя милиционера, что бил по «морде», и клянется, что к сломанным ребрам не имеет никакого отношения. Еще одна соседка со слезами на глазах рассказывает про мужа: умер в больнице, где его за большие деньги лечили «от сердца», не заметив, что он умирает от воспаления легких.

Что общего между этими тремя эскизами жизни одного человека за три месяца? Ничего. Это разные социальные миры. И я, входя в каждый из них, радикально меняюсь. В каждом из этих близких мне миров я проживаю разные жизни, которые связаны между собой тонкой нитью моего социологического интереса к окружающему миру: и на питерских студентов, и на немецких друзей, и на приятелей своего детства я смотрю глазами социолога, страдающего от профессионального кретинизма (неспособности забыть свою профессию в любой ситуации). У всех этих полей есть лишь один общий ресурс — мой портативный компьютер. Объяснить мои поведенческие акты в каждом из этих социокультурных полей (миров), опираясь на знание меня или отдельные факты внешней реальности, нельзя. Каждый эскиз — это самостоятельное социокультурное поле со своими ресурсами, особыми культурными программами, языками. Элемент, вырванный из его общего контекста, теряет смысл. Переходя из поля в поле, я как бы переключаю программу телевидения: вот «Время», а вот «Окна», а это триллер, а здесь боксерский бой. Я наблюдаю и то, и другое. Но я смотрю миры, логика каждого из которых не имеет никакого отношения к логике другого мира. Их объединяет лишь ящик телевизора. И я как зритель в каждом случае разный, т. к. включаю разные программы своего любопытного мозга. Следовательно, путь к пониманию поведения человека лежит через анализ структуры социокультурного поля, в котором он находится в данный момент. А исходная точка исследования — анализ поля как целостной социокультурной системы. При этом само исследование — это тоже ситуация, обладающая признаками социокультурного поля.

Феномен дискурсивного поля

По словам М. Фуко (1996: 30-31), *«можно быть автором чего-то большего, нежели книга, — автором теории, традиции, дисциплины, внутри которых, в свою очередь, могут разместиться другие книги и другие авторы. Я бы сказал, одним словом, что такой автор находится в «транс-дискурсивной» позиции»*. В качестве примеров «основателей дискурсивности» М. Фуко приводит К. Маркса и З. Фрейда. Таких авторов обычно называют классиками, подразумевая под ними основоположников определенной традиции, парадигмы.

«Особенность этих авторов состоит в том, что они являются авторами не только своих произведений, своих книг. Они создали нечто большее: возможность и правило образования других текстов». Классики создали методологические образцы, следуя которым многие другие авторы выходят на самые разные предметы, проблемы.

Классики не просто закладывают традицию, они создают определенное интеллектуальное поле, принципы действия которого схожи с принципами социального поля: там есть свои ресурсы, своя культурная программа, своя социокоммуникативная система. В рамках такого поля возникает активное не только интеллектуальное, но часто и социальное взаимодействие как в пространстве (между современниками), так и во времени (с предшественниками и последователями). В то же время дискурсивные поля разделяются границами, на которых взаимодействие существенно ослабевает либо прекращается. Дискурсивное поле — это смесь интеллектуального и социального полей, здесь словесное взаимодействие трансформируется в определенный тип социальной практики.

Категория дискурсивного поля может быть полезным методологическим инструментом проведения исследования. Проводя наблюдение, интервьюирование, мы входим в те или иные дискурсивные поля.

Например, социологии формируют свое поле, говоря на темы, странные для рабочих-строителей или физиков, используя еще более странный язык для обозначения даже совершенно обычных явлений. Каждая профессиональная общность — это дискурсивное поле. Внутри нее нередко возникают свои поля последователей той или иной традиции. Каждая церковь — это тоже дискурсивное поле, как и субкультурные группы потребителей (любители горных лыж, боевых единоборств, дачники, почитатели астрологии, любители женских романов или джипов). Таким же полем являются члены и сторонники каждой политической партии: у них есть свои отцы-основатели, свои ресурсы, свои любимые проблемы и чудодейственные способы их решения.

Понять, что здесь делает индивид, нельзя вне контекста логики такого поля. Анализируя его, можно использовать набор ключевых характеристик. Каждая из них фокусирует внимание исследователя на тех или иных вопросах, явлениях.

1. Общность категориального аппарата, т. е. языка. Иначе говоря, в рамках данного поля участники интеллектуального общения говорят на одном научном или философском языке, основу которого составляет набор общих ключевых понятий, трактуемых более или менее единообразно. Читатели и писатели, находящиеся в одном поле, понимают друг друга, способны спорить по существу. Любители футбола, политики или кулинарного искусства имеют свои «словарики». И уже по отдельным используемым словам порою можно определить, к какому дискурсивному полю принадлежит данный человек.

2. На границах дискурсивного поля происходит смена ключевых категорий или, по крайней мере, — вкладываемого в них смысла. Это ведет к тому, что граница поля — это зона ограниченного понимания или полного непонимания. Читатель, взявший книгу из другого дискурсивного поля, часто не в состоянии уловить ее смысл. Представители разных партий нередко не в состоянии слушать друг друга, т. к. пользуются разным категориальным аппаратом. Блатное дискурсивное поле сознательно закрывается от прочей публики, общаясь «на фене», непонятной посторонним «фраерам».

3. В пределах одного поля работы разных авторов питают друг друга, вырастая одна из другой, как ветви дерева, стволom которого выступают труды классика или классиков. Идеи одного автора развиваются, уточняются, переносятся другими на новое предметное поле. В результате совокупность нередко очень большого числа авторов превращается в единый интеллектуальный поток. С формальной точки зрения, единство дискурсивного поля проявляется в системе перекрестных ссылок: авторы, принадлежащие к одной традиции или школе, ссылаются друг на друга, заимствуя цитаты, пересказывая мысли, используя аргументы и факты. В рамках каждого поля существует набор регулярно цитируемых авторов, авторитетов. Его ядро — классик или классики (без кавычек и с кавычками), затем — наиболее крупные продолжатели, часто обозначившие новые направления исследований, новые предметные области, затем — прочие авторы, упоминаемые изредка в пределах узких и очень узких предметных областей, отдельных тем. У футбольных фанатов — свои классики и авторитеты, как и у сторонников каждой политической партии.

4. Границу дискурсивных полей можно сравнить с водоразделом рек. Поля могут быть рядом во времени и социальном пространстве, но их содержание никак или почти никак не переливается друг в друга. На формальном уровне это проявляется в отсутствии взаимных ссылок между авторами, принадлежащими к разным полям. Часто создается впечатление, что они друг для друга не существуют. Такая слепота лишь иногда представляет собой инструмент борьбы

амбиций: если я конкурента не цитирую, то он и не существует. Чаще всего дискурсивная слепота — это результат столь глубоких расхождений, что из другого поля даже при желании просто нечего взять. Идеи оттуда отвергаются по причине несовместимости (так владелец мотоцикла отказывается от колеса от «Мерседеса» не потому, что оно плохое, а потому, что его нельзя использовать). При наличии враждебных или конкурентных отношений между полями авторы из чужого поля упоминаются, цитируются как отправная точка для разгромной критики. Поскольку содержание полей часто плохо совместимо, то и критика в большинстве случаев напоминает бой с тенью: вместо реального оппонента в тексте предстает его тень в виде вырванной из контекста цитаты, утрированного тезиса и т. д.

Яркий пример такой практики - «критика буржуазных фальсификаторов» в советском обществоведении. При наличии тенденции к идейному плюрализму, теоретической терпимости встречаются перекрестные ссылки, которые только подчеркивают прочность границы полей. Обычная форма таких ссылок — указание перечня наиболее именитых авторов из чужого поля, которые работали по данной тематике.

5. Дискурсивное поле носит силовой характер, т.е. обладает принудительной силой по отношению к попавшим в него авторам и ученикам. Чтобы быть понятым, надо говорить на принятом здесь языке, придерживаться принятой проблематики, ценностных ориентаций. В противном случае велик риск непонимания, отторжения, изоляции и выталкивания в другое поле.

Например, в марксистском поле попытки говорить на языке фрейдизма вызовут недоумение, чреватое исключением из этого поля. Нелепо будет выглядеть художник-реалист, использующий приемы абстрактного искусства.

6. Дискурсивные поля имеют тенденцию институционализироваться. Слабая форма институционализации — неформальные тусовки, на которых члены одного поля встречаются для обсуждения стоящих перед ними проблем, чествования достижений и т.д. Сильная форма институционализации - создание научных, печатных, учебных органов, ассоциаций, союзов, которые действуют в пределах одного дискурсивного поля. В зрелой форме дискурсивное поле представляет собой разновидность социального поля. Примером такого социального поля может быть политическая партия, церковь, негосударственные научные и учебные заведения, а в тоталитарном обществе — вся научная и образовательная системы.

Иерархия дискурсивного поля

Дискурсивное поле неоднородно и по своему составу, и по интенсивности воздействия на попавших в него людей. Исследователь, идущий в

чужое поле (как правило, он идет именно в чужое, иначе — зачем он нужен?) не может не учитывать и наличия такой иерархии, и места информанта или объекта наблюдения в ней. Место человека в иерархии поля показывает, в какой мере его идентичность связана с ним, насколько сильно давление поля на его поведение.

В центре поля автор традиции (*«основоположник»*), В христианстве — это Христос, в исламе — Мухаммед, в марксизме — Маркс и Энгельс. Есть свои основатели у многих видов спорта, у оздоровительных систем, у художественных направлений, некоторых стилей жизни. При этом «основоположник» может быть жив или уйти в историю. Он «вечно жив», пока есть люди, чтящие его традицию. Живой «основоположник» несет на себе бремя идентичности: *Я* — это мое дискурсивное поле (вспомним классическое *«государство — это я!»*). Представляя себя внешнему миру, он не может играть, отступая от своей высокой роли. Изучение того или иного дискурсивного поля предполагает, что исследователь должен быть знаком с основными идеями «основоположника». Чаще всего основоположники доступны через письменные тексты.

Вслед за ним идут *«апостолы»* — люди, наделенные в своем дискурсивном поле правом интерпретации наследия основоположника применительно к конкретным местам и временам. Они могут конкурировать, обвиняя друг друга в отступлении от «классических основ», в «предательстве». Если «основоположник» оторван от времени исследования, то знание идей «апостолов» гораздо важнее, чем «классики». Сталкиваясь с ними, исследователь видит людей, отождествляющих себя со своим полем и не способных при посторонних людях вырваться за пределы роли. Поле буквально диктует им свою логику. Если брать поля с долгой традицией, то к «апостолам» тоже можно пробиться лишь через письменные тексты. Однако есть немало полей, которые возникают буквально на наших глазах, и их «апостолы», а порою и «основоположники» живут в нашем мире, а потому в принципе доступны для встреч, интервью. Пробиться к ним — дело техники.

Следующий уровень — *«проповедники»*. Их жизнь наполнена идеями, нормами и ценностями дискурсивного поля. Она хорошо знает идеи и «основоположника», и «апостолов», стараются строить свою жизнь с их учетом, словом и делом вербуют новых последователей. Сами они ничего не меняют в устоях поля, но показывают его образцы в действии. Для людей этого уровня принадлежность к данному полю определяет их образ жизни. Так, для настоящего священника христианство — это не просто вера, а образ жизни. То же можно сказать о «проповедниках» — членах таких дискурсивных полей, как йога, карате, сыроедение и т. п. Они находятся в зоне очень сильного давления поля: на них смотрят и рядовые его члены, и посторонние наблюдатели. Нередко это жизнь, как в аквариуме: все на виду. Встречаясь с исследователем, «проповедник» стремится вести себя и говорить так, «как надо».

«Активисты» — те, кто достаточно глубоко включен в жизнь своего

дискурсивного поля, знает его идейные основы и практики, но их жизнь не сводима к образу жизни, диктуемому полем. Они могут быть хорошими экспертами по вопросам, касающимся внутреннего дискурса, но это лишь часть их идентичности.

«Пассивные» — члены поля, которые глубоко не вникают в его логику, в его жизнь. Они не чувствуют сильного давления поля, исполняют его предписания выборочно, могут быть совершенно не информированы во многих вопросах, выходящих за рамки их повседневной жизни в данном поле.

«Случайные» — те, кто «забрел» в данное дискурсивное поле. Это могут быть новички, которые пока только присматриваются к нему, но могут быть и вечные старожилы: они здесь давно, но в силу разных причин ограничиваются самым поверхностным знанием и навыками. Их образ жизни предопределен иными полями.

По мере удаления от ядра ослабевает понимание сути дискурса. Все меньше и меньше понимаемых слов, все меньше способность ими пользоваться, соединяя в связные мысли. Все меньше принуждающая сила поля.

Индивидуально-личностное поле

В деятельностно-конструктивистском подходе важное место занимает проблема места и роли индивида в формировании общества и его подсистем. В решении этой задачи может помочь категория индивидуально-личностного поля, ориентирующая исследователя на поиск механизмов связи индивида и общества. Через эту категорию мы можем подходить к изучению проблемы индивидуализации социальных процессов. Как в одних и тех же внешних условиях разные люди прокладывают разные биографические траектории? Как дети из одной семьи оказываются на разных этажах социальной иерархии? Почему равенство стартовых возможностей не гарантирует итогового равенства? Индивид конструирует свою биографию по собственному проекту, но опираясь на ресурсы, культурную программу и язык полей, в которые он включен. Если нас интересует проблема свободы и несвободы индивида в обществе, можно использовать данную категорию.

Индивидуально-личностное поле (ИЛП) — это механизмы интеграции индивида в окружающую общественную среду. Индивид не ограничен его телесностью. Он формирует вокруг себя надындивидуальную реальность, которая в той или иной мере воздействует на среду, окружающих людей. М. Вебер описывал частный вариант этого феномен, используя категорию харизмы. Очень часто говорят о «личном влиянии» того или иного человека. Индивидуально-личностное поле проявляется в феномене лидерства. Человек конструирует такие элементы социальной структуры, как семья, фирма, компания друзей, «тусовка», коллектив коллег.

В зависимости от темы исследования матрица анализа ИЛП может существенно корректироваться. В нее могут добавляться одни компоненты, убираться в силу неактуальности другие. Эти компоненты матрицы могут

укрупняться или дробиться с целью максимального приближения к особенностям объекта. Поэтому предлагаемая здесь матрица носит примерный характер.

1. *Статусные позиции*, занимаемые индивидом. С одной стороны, это характеристика надындивидуального социального пространства. С другой — в наборе позиций проявляется и индивидуальность: многие или некоторые позиции выбираются осознанно. И внимание исследователя концентрируется на процессе игры желаний и возможностей индивида в области перемещения в социальном пространстве. Кем он хотел стать? (Пространство желаний). Кем стал? (Пространство возможностей). Что повлияло на выбор? Судьба распоряжается людьми, но они с разным успехом пытаются ее обхитрить или сконструировать по своему усмотрению.

2. *Социальные роли*. Под социальной ролью здесь понимается выбираемая индивидом модель доступного поведения в рамках занимаемых им статусных позиций. Или, говоря иными словами, социальная роль — это выбираемый индивидом способ реализации статусных возможностей и предписаний в пределах доступной номенклатуры. И в центре исследователя оказываются вопросы о том, какие наборы ролей были доступны, какие были выбраны и почему. Индивидуальное снова выступает как форма реализации социальных возможностей.

3. *Социальная самоидентификация*. Это ответ нашего информанта на вопрос, задаваемый самому себе: «Кто я такой (-ая)?» Самоидентификация не сводима к словесному определению. Это процесс конструирования идентичности, представляющий собой цепочку актов:

- Я — X... (словесная идентификация).
- X — это ... (определение данной категории).
- Адаптация определения применительно к себе, редактирование определения с учетом индивидуальности («Все считают, что X — это... Но я не все в этом определении принимаю»). Итогом является индивидуальная программа реализации социальной идентичности.
- Практики реализации программы: «Быть X — значит жить жизнью X».

Социальная самоидентификация разворачивается обычно в двух плоскостях:

- а) приписывание себя к той или иной реальной социальной общности (этнической, классовой, территориальной и т. д.);
- б) приписывание себя к той или иной категории людей (красивым, умным, успешным, старательным и т. д.).

Социальную самоидентификацию я обычно изучал с помощью теста «Кто ты?», применяемого в разных его вариантах (см. далее).

5. *Внешняя идентификация*. Мало назваться, надо, чтобы окружающие позволили перевести самоидентификацию в режим реальных социальных практик. Социальная идентификация — это процесс взаи-

модействия. Поэтому реализация идентификационной программы обусловлена ее принятием значимыми окружающими. Ребенок может считать себя взрослым, но родители быстро вернут его на место, очертив пределы его свободы. Поэтому реальная идентичность — это результат игры самоидентификации индивида и его внешних идентификаций. Последние навязывают индивиду логику поведения. Если человека окружающие определяют как вора, то каким бы ангелом он себя ни считал, как бы ни было необоснованно это клеймо, люди вокруг него будут держаться за карманы, избегать тесного общения, а милиционер при каждой краже будет подозревать именно его. Имя в данном случае — элемент внешней среды, но оно клеится на живого человека, обладающего телесностью. И во многих случаях исследователю важно знать, как окружающие определяют данного индивида. Частично он об этом скажет сам. А лучше узнать об этом от номинирующих других. Как они его называют, характеризуют? Почему? Как это влияет на их к нему отношение?

6. *Эго-идеал* — это представления информанта о том, каким он бы был, если бы никто и ничто не стояли у него на пути. Эта категория очерчивает горизонт личностных устремлений. К избранной точке на горизонте информант, возможно, никогда и не придет, но в целом в пространстве своих желаний он будет смотреть в ту сторону, что в той или иной мере скажется на его поведении и в пространстве возможностей. В интервью я порою задаю вопрос *«Если бы ничто Вас не ограничивало, как бы Вы жили? Кем бы Вы были?»*. С первого взгляда эго-идеал кажется результатом свободного полета фантазии. Но присмотревшись к нему внимательнее, мы увидим, что он лепится в значительной мере из материала социокультурных полей, в которых находится информант. Эти поля насыщены надындивидуальными идеалами, моделями, фантазиями, мифами.

В 1960-е гг. массовой мечтой советских мальчишек было стать космонавтом или, в крайнем случае, военным летчиком (как почти все космонавты). В постсоветской России такой идеал ушел на отдаленную периферию идеальной реальности социокультурного поля страны. Разными путями идеалы проникают в голову индивида, превращаясь в его личные мечты. В ряде случаев интересен анализ механизма усвоения индивидом личностных идеалов надындивидуальной реальности (роль семьи, школы, рекламы и т. д.).

7. *Реальное «Я»* — это представления индивида о себе «реальном». Оценка может быть и относительно трезвой, и завышенной, и заниженной. Представления о своих возможностях часто определяют высоту планки, которую ставит индивид для себя в жизни. Не может высоко прыгнуть тот, кто считает себя инвалидом. И не важно, кем он является на самом деле. Планка ставится исходя из самооценки. Здесь происходит интеграция индивидуального и социального. Самооценка — это индивидуальное, но оно формируется из материалов среды.

Если в семье все имеют высшее образование, то ребенок с детских лет верит в то, что «яблоко от яблони далеко не падает», что он так или иначе тоже способен получить высшее образование. Если же в семье никто такого образования не имел, если это деревенская школа, из которой никто даже не пытается поступить в вуз, то планка самооценки может быть занижена до предела. А эта планка во многом предопределяет и всю жизненную программу человека.

8. *Зеркальное «Я»* — это представления индивида о том, как он смотрится в глазах окружающих. Здесь индивидуальное (представление) и социальное (оценка окружающих) переплетаются в один клубок. Индивид часто смотрит на себя глазами других людей, что влияет на его самооценку и самоидентификацию. Феномен самоотчуждения часто связан с представлением о том, что *«люди меня не любят (или ненавидят)»*. И не важно, как они в реальности к данному человеку относятся. Если он думает так, то постарается держаться подальше от враждебно настроенных людей, будет выискивать в их словах и жестах проявление негативного к себе отношения. Нередко он начинает отвечать окружающим тем же, основываясь на своем представлении, часто являющемся плодом воображения. Заблуждение может превратиться в реальность. Этот феномен интересен при изучении самых разных форм взаимодействия. Так, при отсутствии тесных личных контактов иммигранты нередко конструируют негативное зеркальное «Я», описывая враждебное или просто отрицательное отношение к себе местного большинства. Комплекс ущемленного зеркального «Я» — болезнь, к которой склонны многие национальные или субкультурные меньшинства. Через глубокие интервью можно получить представление о зеркальном «Я» индивида и его группы. При изучении этничности российских немцев как в России, так и в Германии я фокусировал интервью на этой проблеме: *«Как относятся к Вам местные русские (немцы)?»*.

9. *Социальный потенциал индивида* — это его способность подключиться к ресурсам своего поля. Можно жить в богатой стране и быть бедным, проживать по соседству с университетом и оставаться неграмотным. Этот элемент матрицы фокусирует внимание исследователя на поиске причин индивидуализации жизненных траекторий в субъективных факторах, открывающих или закрывающих доступ к ресурсам. К таким факторам могут быть отнесены такие личные характеристики, как коммуникабельность, раскованность, что тесно связано с внутренним «Я», способность быть интересным и полезным для значимых других и т. д. Этот элемент матрицы фокусирует внимание исследователя на поиске личных механизмов, блокирующих социальное самоутверждение. Подобные механизмы на поверхности кажутся сугубо индивидуальными, но если копнуть глубже, то мы часто видим за ними особенности социализации индивида, высокую степень его

инаковости в своем поле («чужой среди своих») и т. д., что нередко предопределено характером социокультурного поля.

10. Культурный потенциал индивида — это степень освоения им культурной программы и языка своего поля. При исследовании жизни российских немцев в ФРГ я фокусировал интервью на проблеме владения немецким языком. Для иммигрантов знание местного языка часто является ключевым фактором успеха в адаптации. Без владения данным культурным ресурсом они обречены на безработицу или в лучшем случае на низкоквалифицированный труд. Однако культурный потенциал не сводим к языку. Он включает знание ценностей и норм своих полей, готовность и способность им следовать. При отсутствии этих элементов потенциала индивид часто оказывается объектом социального исключения: в мягкой форме это проявляется в минимизации общения с ним, в жесткой — в тюремном заключении (закон — одна из важнейших норм государственного поля).

11. Физический и психический потенциал индивида — это его природные возможности освоить ресурсы и программы своих полей. «Инвалид» — это тот, кто по состоянию здоровья неадекватен требованиям здешнего рынка труда. Когда мы говорим «инвалид», то внимание исследователя фокусируется на анализе не только физических или психических изъянов человека, но и условий внешней социальной среды. Потенциал — это характеристика адекватности индивида среде. Поэтому, изучая инвалидность, мы анализируем структуру существующих рабочих мест, условия труда, политику властей и менеджмента по приближению рабочих мест к возможностям инвалидов и т. д. Ключ к пониманию низкого статуса индивида нередко лежит в его ограниченных интеллектуальных способностях. И как бы ни было богато ресурсами его социокультурное поле, он просто не в состоянии этими возможностями воспользоваться. Этот потенциал также исследуется в двух направлениях: анализ индивида и его поля (семьи, местного рынка труда и т. д.). Выяснить природный потенциал индивида легче всего через наблюдение и глубокое интервью.

12. Габитус (П. Бурдьё) — это синтез индивида и его позиции. Если долго занимать одно место, то срастаешься с ним. Человек, который десятилетиями смотрел на мир с одной колокольни (рабочее место, городок, круг общения и т. д.), вырабатывает устойчивые схемы классификации явлений окружающего мира. Это, с одной стороны, взгляд данного индивида, а с другой — перспектива, открывающаяся именно с этого места. П. Бурдьё определяет габитус как «свободные привычки». Это особенности психической организации данного человека, который полуавтоматически ест именно такую пищу, именно в это время встает и в то время ложится спать и т. д. Но такие привычки — результат многолетнего повторения форм поведения, навязанного статусом занимаемой позиции: режим работы, график отпусков, лимиты дохода, куль-

турные стандарты своего круга и т.д. Описать габитус можно, опираясь на глубокое интервью и наблюдение. Ни один из этих методов сам по себе не вскроет узел, образовавшийся в результате сращивания индивида с его позицией.

Таким образом, в каждом элементе индивидуально-личностного поля переплетаются индивидуальные характеристики со свойствами социокультурного поля, субъективное превращается в объективное и наоборот. Уловить в ходе эмпирического исследования эти хитросплетения часто очень сложно. Но если нам это сделать не удастся, то трудно уйти от примитивизации и вульгаризации структурализма, превращающего индивида в щепку в процессах, формирующих социальную структуру.

Индивид и многообразие его статусных позиций

В традиционной социологии индивид является единицей социального пространства, общества, группы. Это означает, что в ходе исследования его статусная позиция рассматривается как своего рода кожа, которую можно отделить от него только вместе с жизнью. Этот методологический подход четко прослеживается в доминирующей в наше время методике социальных исследований. В явной или скрытой форме предполагается, что в одном типе социального пространства индивид занимает одну позицию. В паспортичке анкеты спрашивается: ваша профессия, должность, место проживания. И на каждый вопрос дается один ответ. При изучении простой и статичной социальной структуры такой подход вполне приемлем, но не всегда объект столь прост.

Как-то я принял участие в чужом исследовании, построенном на классических методических принципах. По выборке надо было опросить руководителя организации. Беру формализованное интервью у директора научно-исследовательского института. И каждый ответ дает информацию, противоречащую ключевому вопросу о социальном положении и должности. Доход, структура проведения рабочего времени, стиль отдыха, уровень потребления и т. д. никак не стыкуются с его официальным статусом. И мне это понятно, поскольку он параллельно является учредителем фирмы и основной доход, судя по всему, идет оттуда, хотя официальное место работы и главная головная боль — данная организация. Однако параллельные статусы в инструментарии не предусмотрены. И пошла информация, которая формально достоверна, но фактически искажает реальность.

В сложных и подвижных обществах традиционный инструментарий, предполагающий приписывание человека в одном типе пространства к одной позиции, перестает работать. Кто в постсоветской России нормально выживает, занимая одно рабочее место? Какой безработный живет только на пособие, не занимая попутно места в теневой экономике? Часто респондента вынуждают подстроить свой социальный статус под сомнительную методику, спрашивая о рабочем месте, где лежит трудо-

вая книжка. Но это место может не быть для него главным с точки зрения и дохода, и образа жизни.

Индивид перемещается из поля в поле, суммируя свои статусы. В результате возникают уникальные комбинации. Если исходить из того, что единицей социального пространства является индивид, порою невозможно классифицировать эти причудливые комбинации («слесарь + таксист», «слесарь + садовод» и т. д.). Если же индивид и занимаемые им позиции, социокультурные поля — это разные предметы исследования, то проблема решается. Мы исследуем каждое поле как надындивидуальную реальность, а потом — характеристики индивидов, входящих в эти поля и приводящих их в движение.

Например, при проведении исследования частного предпринимательства я выделил два самостоятельных вопроса: 1) что представляет собой статус предпринимателя без образования юридического лица? (Анализ социокультурного поля предпринимательства этого типа); 2) каковы характеристики людей, оформляющихся в качестве частных предпринимателей? (Анализ индивидуально-личностных полей). Многие из тех, кто шли в предприниматели в середине 1990-е гг., параллельно занимали и иные статусные позиции, зарабатывали себе на жизнь в иных социокультурных полях.

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ДРАМАТУРГИЧЕСКОГО ПОДХОДА В ПОЛЕВОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Фрейм-анализ. Феномен житейского спектакля. Исследовательская ситуация как спектакль. Матрица драматургического подхода к полемому исследованию. Социологическое воображение.

Фрейм-анализ

При анализе процессов социального взаимодействия порою полезен фрейм-анализ. Это понятие встречалось в литературе и до И. Гоффмана, однако введение его в более или менее широкий оборот связано именно с его именем *{«Определение ситуации осуществляется в соответствии с принципами организации, управляющими событиями, и нашей субъективной вовлеченностью в них»}*. «Моя фраза "фрейм-анализ" является слоганом, относящимся к исследованию организации опыта в этих терминах» (Goffman 1986: 10-11). Frame — в переводе с английского «рамка».

Опираясь на логику, предложенную И. Гоффманом, можно дать такое определение:

Фрейм-анализ — это определение ситуации в рамках смысловых ограничений, порожденных, во-первых, объективной структурой ситуации, во-вторых, ее определением со стороны участников.

И. Гоффман использовал этот инструмент для анализа ситуаций непосредственного взаимодействия. Но он применим и в иных масштабах. Понять партийные собрания советской эпохи было невозможно без использования фреймов макроуровня, позволяющих определять конкретную ситуацию непосредственного взаимодействия в рамках смысловых ограничений, порождавшихся политической системой, феноменом светской религии, системой авторитарного контроля и т. д. Без учета этого фрейма исследователь, читающий стенограммы партийных собраний, может почувствовать себя читателем документов сумасшедшего дома. Это в полной мере применимо и к попыткам понять богослужения. Ключ к постижению сокровитного в них смысла — во фреймах церковной жизни и теологии.

Исследовательская ситуация порождает множественность фреймов. Одно и то же событие имеет разный смысл для его участников и изучающего его исследователя. Интервьюер и информант по-разному определяют ситуацию, имеющую общий для них каркас взаимодействия (вопросы - ответы). То, что для исследователя — серьезная работа, наполненная глубоким смыслом (если это не так, то он занялся не своим делом), для информанта может быть либо приятной, но бесполезной беседой, либо бессмысленной тратой времени для обсуждения того, что он и так прекрасно знает, что является «очевидным», «само собой разумеющимся». Вечеринка в ночном клубе имеет объективную структуру, проявляющуюся в формах взаимодействия ее участников. Но для исследователя это

объект наблюдения в рабочее время, прочие же участники пришли сюда просто отдыхать.

Сами активные участники события могут быть вовлечены в разные смысловые структуры, связанные с мотивами их вовлечения в происходящее. Для участников демонстрации она является формой выражения собственной позиции с целью давления на власти, способ обозначения своего присутствия в обществе, сплочения единомышленников. Для милиционеров это досадное недоразумение, вынуждающее их работать в такой хороший праздничный день. Для зевак — скопище странных людей, которым «делать нечего».

Разные смысловые рамки (фреймы) порождают и различные формы поведения в данной ситуации, различное отношение к ней. Как гласит теорема Томаса, *«если люди определяют ситуацию как реальную, то она реальна по своим последствиям»*. Поскольку разные участники ситуации стараются вести себя в ней в соответствии со своими собственными определениями, то ситуация приобретает надындивидуальный, объективный характер. Она, с одной стороны, конструируется людьми, а с другой — представляет собой органическую смесь разных стратегий поведения, разных определений. В результате возникает ситуация, авторство которой трудно определить. Ее нельзя считать результатом усилий коллективного автора, т. к. это имеет место только при наличии участников, объединенных общей мотивацией.

Данный вывод вполне относится и к любой исследовательской ситуации. Она всегда является результатом переговоров, согласования интересов, лимитов времени, стилей общения и т. д.

Анализ полевых материалов предполагает учет смысловых рамок, в пределах которых информанты интерпретировали изучаемые нами ситуации. В конечном итоге реальная ситуация выкристаллизовывается как синтез многочисленных ее интерпретаций. Без учета разнообразия фреймов жизнь изучаемых людей может показаться исследователю глупой, бессмысленной, что порождает соблазн смотреть на нее свысока. Эта ситуация типична для «колонизаторской» (в широком смысле этого слова) стратегии исследования. Как антрополог из метрополии смотрел часто свысока на «дикарей», так и взрослый исследователь нередко столь же высокомерно смотрит на бессмысленное, с его точки зрения, времяпрепровождение и символические практики молодежи, особенно принадлежащей к экзотическим субкультурам (например, панкам). Однако в реальности проблема не в «низкой» культуре исследуемых, а в неспособности исследователя усвоить фреймы, в рамках которых формируются смыслы изучаемой им ситуации.

Фрейм имеет два уровня. Во-первых, это стабильный каркас смыслов, предопределенный программой социокультурного поля и его языком. Во-вторых, это подвижный, порою сиюминутный фрейм, порожденный нетипичной ситуацией (например, интервью, фокус-группы или включенного наблюдения).

Социальная ситуация как спектакль

Полевое исследование может анализироваться в рамках логики позднего символического интеракционизма, предложенной Ирвингом Гофманом, который отталкивался от мысли В. Шекспира: *«Весь мир театр, а люди в нем — актеры»*. Разумеется, это художественное преувеличение. Весь мир слишком многогранен, чтобы его можно было описать с помощью одной метафоры. Однако в нем достаточно ситуаций, смысл которых лучше раскрывается через метафору театра, которую можно развивать в сторону ее превращения в категорию. Одна из таких ситуаций — полевое социальное исследование.

Оно может рассматриваться как театр, в котором разворачивается целая серия спектаклей. Однако одного драматургического подхода мало. Он должен быть дополнен концепцией социокультурного поля.

Разумеется, И. Гофман (2001), разрабатывая свой драматургический подход, меньше всего думал о его применении в качестве методологии социального исследования. Но он дал толчок размышлениям в этом направлении. Предлагаемый в данной работе вариант драматургического подхода — результат несомненного влияния Гофмана, но в своих существенных частностях он уходит дальше. Поэтому методологические рассуждения, предлагаемые здесь, скорее попадают в рубрику «по мотивам работ И. Гофмана».

В качестве **объекта** драматургического подхода могут выступать по крайней мере три существенно различающиеся реальности:

- 1) устойчивые, стандартные житейские ситуации;
- 2) ситуация полевого исследования;
- 3) материалы, собранные в полевом исследовании.

Ключевой категорией рассматриваемого подхода является «спектакль».

Что же такое *спектакль*? Это относительно устойчивая, логически завершенная, стандартная и потому предсказуемая ситуация непосредственного социального взаимодействия, обладающая свойствами социокультурного поля.

Спектакль — это одна из разновидностей социокультурного поля. Любой спектакль является полем, но далеко не каждое поле оказывается спектаклем. Категория поля описывает явления самых разных уровней — от семьи до общества в целом. Спектакль же — это поле непосредственного социального взаимодействия малой социальной общности.

Если ситуация определяется как спектакль, то это предполагает особую логику ее анализа. Поведение индивидов объясняется не столько их личными качествами, сколько характером спектакля и играемыми в нем ролями. Эти же люди, переходя в иной спектакль, будут играть совершенно иные роли (например, после спектакля «Семинар» актеры идут участвовать в спектакле «Вечеринка в ночном клубе»).

Спектаклями являются многие формы социального взаимодействия: семейный завтрак, университетская лекция, поездка в метро, празднова-

ние дня рождения, корпоративная вечеринка и т. д. Специфика ситуации спектакля состоит в том, что, зная, с какой ситуацией имеем дело, мы можем довольно точно предвидеть дальнейший ход событий и понимать логику поведения, вовлеченных в нее людей. И в этом нет ничего удивительного, т. к. мы распознали устойчивую, стандартную ситуацию, которая повторяется многократно с теми или иными вариантами. Определение ситуации как спектакля придает происходящим в ее рамках событиям особый смысл, предопределенный именно логикой спектакля. Актер действует часто полуавтоматически, проигрывая хорошо заученные слова и движения. Порою он даже не утруждает себя размышлениями по поводу рациональности и эффективности того, что делает.

Не является исключением и само исследование. Оно обычно состоит из устойчивых, относительно стандартных блоков взаимодействия исследователя с изучаемыми людьми. И эти блоки достаточно точно описываются с помощью метафоры спектакля.

Поле спектакля — это надындивидуальная реальность, порожденная непосредственно взаимодействующими индивидами. С одной стороны, эта реальность порождается самим фактом взаимодействия: возникает ситуация, необъяснимая характеристиками вовлеченных в нее людей. С другой стороны, спектакль ставится, развивается в контексте культуры общества, субкультуры социальной группы или специфической культурной программы данной совокупности людей (семьи, компании друзей и т. д.). Поэтому спектакль только частично определяется составом его участников. Сама же его логика предписана культурной программой. Отсюда стандартный характер спектакля, воспроизводимого с теми или иными вариантами в разных житейских театрах разными труппами актеров.

Логика драматургического анализа — это конкретизация логики исследования поля. Такой подход может осуществляться как серия шагов в процессе изучения как ситуаций изучаемой социальной реальности, так и самого исследования.

1. Название спектакля. Само по себе название говорит о многом и предотвращает недоразумения и погрешности в интерпретации ситуации. Например, спектакль «Семинар» по внешней форме может напоминать спектакль «Партийное собрание». И лишь название сразу вносит ясность. Определение участниками ситуации как «Интервью» нередко настраивает на формальный лад, на тщательный контроль над речью.

2. Определение жанра спектакля (трагедия, комедия, фарс и т. д.). Ошибка в определении жанра означает, что фарс может быть проинтерпретирован как серьезная драма, что совершенно меняет смысл происходящего.

3. Анализ декораций спектакля. Декорации без лишних вопросов подталкивают к верному определению названия спектакля, дают дополнительную, невербальную информацию.

4. **Анализ костюмов актеров.** Костюм часто облегчает внешнюю идентификацию и определение названия спектакля (человек в пиджаке и галстуке может быть участником спектакля «Баня» лишь при условии, что это комедия).

5. **Анализ лежащей в основе спектакля пьесы (сценария).** В ситуации исследования это будет вопросник, в ситуации праздника — ритуал, на рабочем месте — должностные инструкции и т. д.

6. **Анализ процесса отбора актеров и распределения между ними ролей.** В исследовании это отбор как интервьюеров, так и информантов, на предприятии — подбор персонала и т. д.

7. **Анализ соотношения индивидуальности актеров и исполняемых ими ролей.** Здесь в центре внимания стоит вопрос: играют участники рассматриваемого спектакля роли, близкие или чуждые их индивидуальности? Иначе говоря, играют они самих себя или совершенно иных героев? Нередко информант находится под сильным влиянием своего идеального «Я»: он знает, каким он должен быть, он хочет быть таким. Общение с незнакомым интервьюером, столь интересующимся его жизнью и личностью, — это огромный соблазн сыграть героя, приближающегося к идеальному «Я». И тут возможен романтический спектакль, в котором информант играет героя своей мечты. У наивного интервьюера есть шанс принять жанр фэнтези за реальность.

8. **Анализ режиссуры спектакля** предполагает ответы на вопросы: Кто режиссер этого спектакля? Какое влияние он способен оказывать на игру актеров? Есть ли среди актеров звезды, способные противостоять режиссеру и навязывать ему свою волю?

9. **Анализ искусности актеров** в исполнении своих ролей. Чем искуснее актер, тем меньше шансов, что сквозь скорлупу его роли прорвется его подлинная личность.

10. **Анализ поведения актеров на границе спектакля,** а также в различных ситуациях, подпадающих под определение «спектакль».

11. **Анализ временных границ спектакля.** Спектакль имеет начало и конец. За пределами этих границ либо нет игры вообще, либо разворачивается совершенно иной спектакль. Если исследователь не заметил временной границы, он обречен на ложное истолкование смысла происходящего.

12. **Анализ его пространственных границ.** Спектакль разворачивается на сцене, ограниченной и в физическом, и социальном пространстве. Логика спектакля действуют только в пределах этих границ. Актер за кулисами ведет себя совершенно иначе, чем на сцене.

13. **Анализ зрительской аудитории спектакля и ее структуры.** В центре внимания могут находиться вопросы: кто адресат? Кто случайные свидетели игры?

14. Взгляд на один и тот же спектакль разными глазами — различных актеров и зрителей, сопоставление этих взглядов (исследовательская триангуляция). Иначе говоря, это выявление разных смысловых фреймов, используемых актерами.

Эта аналитическая матрица накладывается и на изучаемый процесс, и на саму ситуацию исследования. Использование данной матрицы позволяет снизить риск принять за чистую монету умелую игру информантов (явление, часто встречающееся в самых разных исследованиях).

Социологическое воображение

В социологии важно воображение. Без него исследователь обречен на слияние с толпой наблюдаемых им людей, которые, ознакомившись с результатами его труда, пожмут плечами и скажут: «Но это же козе понятно!».

Чарльз Райт Миллс (2001: 240) считал, что социологическое воображение *«во многом заключается в способности переходить от одной перспективы к другой»*.

Один из таких переходов — от уровня непосредственного взаимодействия к уровню социальных институтов и обратно. Социологическое воображение — это способность представить невидимые связи, ассоциации и благодаря этому глубже понять изучаемый объект.

Например, ситуация лекции — это подходящий объект для социологии повседневности. В предмет такого исследования могут войти формы взаимодействия между студентами и преподавателем, между самими студентами, содержание и мотивация деятельности всех участников и т. д. Но понимание того, что происходит, предполагает необходимость вообразить те факторы, силы, отношения, которые совершенно не видны в аудитории, находятся далеко за ее пределами, но более или менее сильно влияют на то, что происходит здесь и сейчас. К ним могут относиться и ситуация на рынке труда, определяющая будущую востребованность получаемых в данный момент знаний, и место данной лекции в бюджете времени студентов (работают они или нет), и степень подготовки преподавателя к данной лекции (а это и планирование учебного процесса в вузе, и уровень оплаты труда, с которым связан объем работ), и наличие в стране реальной свободы слова, от которой зависит способность преподавателя откровенно говорить о злободневных проблемах общества.

Социологическое воображение проявляется и *«в неожиданном сочетании идей»* (Миллс 2001: 240). Толчок для размышлений о социокультурных процессах может прийти из естественных наук. Это не означает уравнивание природной и социальной реальностей. Речь идет о возможности размышлений по аналогии. Например, в центре данной работы находится концепция социокультурного поля, возникшая по аналогии с концепцией поля в физике. К размышлениям в науке могут подталкивать и бесчисленные наблюдаемые факты окружающей нас повседневной ре-

альности. Классический пример — Ньютон, увидевший падавшее яблоко, что подтолкнуло его к выведению закона земного притяжения.

Средством развития социологического воображения может выступать классификация накопленного материала (например, фактов, наблюдений, собранных в дневнике). *«Типология, — по словам Ч.Р. Миллса (2001: 242), — позволяет охватить все пространство признаков и увидеть полную картину взаимоотношений между известными вам фактами. В социологии многомерная классификация играет ту же роль, что разбор предложения при изучении грамматики. Во многих отношениях многомерная классификация является грамматикой социологического воображения».*

Социологическое воображение проявляется и развивается при рассмотрении полярных случаев, противоположных тем. *«Если вы думаете об отчаянии, подумайте и о восторге. Изучая бедность, подумайте о богатстве»* (Миллс 2001: 242). Не всегда полярный случай доступен для наблюдения или имеется в виде набора кем-то уже собранных фактов. В этом случае Ч.Р. Миллс предлагает конструирование полярных типов, противостоящих друг другу по различным параметрам.

Воображение может стимулироваться *«переворачиваем привычных сюжетов с ног на голову Представьте: то, что вам кажется мизерным, стало огромным, и попытайтесь ответить на вопрос, какие различия породили бы такие превращения? То же самое молено проделать с гигантскими объектами»* (Миллс 2001: 244). Если объект находится в исключительной ситуации, можно представить, что все люди находятся в ней. Что произойдет?

Сравнение исследовательских материалов — традиционный способ стимулирования мышления. Кто-то сказал: «Сравнивать — значит мыслить». Видя какое-то явление повседневной жизни, встречающееся ежедневно, можно задаться вопросом: «А в каких еще формах это явление встречается?» или «Какие еще явления встречаются в аналогичной ситуации?». Поиск материалов для сравнения может идти во времени и пространстве. Когда он идет во времени, мы сравниваем наблюдаемые факты с разными историческими материалами, задавая вопрос: «А как обстояло дело с этим явлением в иные эпохи?». Такое сравнение, как пишет Ч.Р. Миллс (2002: 244–245) *«приводит иногда к анализу трендов или к типологии фаз развития»*. Когда поиск материалов для сравнения идет в географическом или социальном пространствах, мы сопоставляем то, что видим перед глазами, с тем, что видели в других странах, регионах, в иных социальных группах.

Для развития социологического воображения полезно взглянуть на изучаемый объект с разных точек зрения. *«Вы, например, сами себя спрашиваете, как к такой-то проблеме подошел бы такой-то политолог, книгу которого вы недавно прочли, или такой-то психолог-экспериментатор, или такой-то историк? Вы строите предположения, исходя из различных точек зрения, тем самым превращая ум во вращающуюся*

^{при} *IMV* улавливающую свет независимо от угла его падения. В этой
язы написание диалогов представляется очень полезным занятием»
[Миллс 2001: 243).

Продолжением этого подхода может быть т. н. эмпатическое упражнение*: попытка взглянуть на ситуацию глазами изучаемого объекта. Это путь к пониманию логики, смысла его поведения.

Проблема социологического воображения хорошо интегрируется с драматургическим подходом к исследованию. Информанты играют с исследователем, приоткрывая ему только часть своей жизни, своего знания, что-то утаивая, что-то слегка затеняя, что-то выпячивая. Редкий человек полностью и совершенно откровенно раскрывается перед незнакомцем. И тут требуется социологическое воображение, чтобы домыслить невидимое, услышать несказанное. В противном случае мы обречены на наивное воспроизведение тех форм, с помощью которых люди манипулируют впечатлениями о себе.

При изучении предприятий все исследователи сталкиваются с простой проблемой: руководители предпочитают говорить о своих успехах и о проблемах, причины которых вне их власти (рынок, климат, культура и т. д.)- Если ограничиться воспроизведением этой информации, то исследователь окажется в роли наивного профана.

СТРАТЕГИЯ ТИПОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Типологическая стратегия. Теоретико-репрезентативная выборка. Целевая выборка. Теоретическая чувствительность. Систематическое формирование выборки. Метод снежного кома. Случайная выборка. Исследовательское структурирование объекта. Феномен насыщения. Ложное насыщение. Интеграция типологической стратегии и кейс-стади. Ориентация на поиск крайних случаев. Изучение конфликтов. Судебные конфликты. Выборки, ориентированные на поиск типичных случаев и выявление максимума вариантов.

Стратегия типологического качественного исследования в корне отличается от стратегии кейс-стади. В основе различий лежат разные цели и разные типы выборки.

Цель типологической стратегии — выявить и качественно описать основные типы изучаемых социальных явлений. В силу этого все исследование строится так, чтобы обнаружить до этого неизвестные исследователю типы и максимально глубоко их описать.

Типологическая выборка

В основе этой стратегии лежит выборка, по своей логике напоминающая выборку количественного исследования. Она также имеет репрезентативный характер. Правда, в количественном исследовании наблюдаемые единицы репрезентируют генеральную совокупность по двум параметрам:

- 1) Они представляют основные качественные типы этой совокупности.

При изучении потребительского поведения студентов количественными методами я закладывал в основу выборки такие параметры, как факультет и курс (репрезентация пола обеспечивалась гнездовым характером выборки: опрос проводился по учебным группам).

- 2) Они репрезентируют долю каждого типа в генеральной совокупности.

Доля опрашиваемых на каждом факультете и курсе отражала долю студентов каждого факультета и курса в общей численности студентов данного вуза.

В качественном исследовании выборка имеет только типологический характер. В ней представлены типы изучаемых нами процессов, объектов. Вопрос о том, какие типы и какую долю составляют, здесь неуместен.

Выборку в качественном исследовании часто называют «теоретической» (Dey 1999: 38), поскольку ее целью является содействие возникновению новых идей, развитие теории. Проблема репрезентативности здесь также стоит, но в иной форме. В качественном исследовании преследует-

ся репрезентативность категорий. Таким образом, это *теоретическая репрезентативная выборка*.

Порою используется термин *целевая выборка* (Maykut & Morehose 1994: 45). Это понятие подчеркивает, что выборка формируется не на основе абстрактных принципов, а подчиняясь конкретной цели.

В ходе исследования потребительского поведения молодежи целый ряд информантов утверждали, что они за модой следят, но не гонятся за ее новинками, не приобретают вещи, которые рекомендуются журналами как модные, но еще не мелькают на улице. Однако, признавали они, есть «пионеры моды», готовые выйти на улицу в настолько модной одежде, что никто не знает, вызовет это смех или зависть. Так возникла задача найти информанта, относящегося к «пионерам моды». Выборка была уточнена с совершенно конкретной целью, всплывшей в ходе интервью.

Единицей отбора выступает не индивид, а случай, ситуация. Нас интересуют не типы людей, а типы их поведения, типы влияющих на них факторов. При этом один человек может принадлежать одновременно к разным типам и быть использованным для описания и анализа каждого из них.

Например, в исследовании феномена этничности российских немцев я проводил глубинные интервью с переселенцами в ФРГ. Почти каждый из них представлял две изучаемые мною категории: тех, кто живет в России (для них это прошлое), и тех, кто оттуда уехал (это их настоящее). В то же время немцы в России относились лишь к одному типу. Таким образом, каждый переселенец был источником информации о двух разных реальностях.

Эта задача стоит и в количественном исследовании, но там она носит вспомогательный характер. Там перечень категорий известен до начала исследования, иначе невозможно составить анкету или вопросник для формализованного интервью.

Например, вопрос о поле, возрастной группе, предпочитаемом кандидате в президенты или марке шампуня — все это категории, которые известны исследователю еще до начала количественного исследования. Его интересует лишь вопрос: каков удельный вес людей, относящихся к каждой категории?

В качественном исследовании целью является выявление и описание категорий. Например, мы можем ставить задачу выявления категорий потребителей по критерию их отношения к свойствам товара. Есть люди, которым важны функционально-технологические качества, но есть и те, кому гораздо важнее способность товара обозначать высокий статус их владельца. В ходе исследования мы выявляем основные категории и субкатегории потребителей. И этот список до начала исследования отсутствует, есть лишь расплывчатые представления о его содержании.

В количественных исследованиях выборка детально рассчитывается и обосновывается еще до начала исследования, которое должно ей жестко

следовать. Начиная исследование, мы точно знаем сколько человек надо опросить всего, и сколько — представителей каждой отобранной категории. Иначе говоря, выборка имеет закрытый характер. Изменять ее по ходу исследования очень опасно.

В качественном исследовании порядок совершенно иной. Здесь выборка *открыта* до завершения исследования. Это означает, что до окончания написания отчета исследователь не может точно определить ни объем выборки, ни ее структуру. Она постоянно корректируется по ходу. Открытость выборки — один из главных принципов методики качественного исследования. Благодаря этому исследование приобретает гибкий характер.

Открытость выборки дает эффект при наличии *теоретической или аналитической чувствительности* исследователя. Это значит, что, находясь в поле, он способен тонко чувствовать, где, в какой ситуации, применительно к какому объекту уместно применение той или иной объяснительной модели, какие уже известные в науке категории уместны (релевантны) для описания встающих перед глазами явлений.

Когда составляется программа, *объем выборки* неизвестен. Выборка формируется в процессе исследования. В основе ее формирования лежит *феномен насыщения*, сбор эмпирического материала ведется до тех пор, пока он не перестанет способствовать возникновению новых идей, новых типов. Однако такая выборка непригодна для обобщений: мы не можем сказать по результатам исследования, что полученные выводы распространяются на такую-то группу населения. Теоретическая выборка не может быть репрезентативной для той или иной группы. Она позволяет прийти к выводу о существовании определенной модели или моделей и детально их описать. Объем выборки существенно зависит от темы исследования и поставленных задач. Во многих случаях объем может быть очень небольшим, если сравнивать с масштабами даже скромных количественных исследований. Чем проще исследовательская цель, тем меньше объем. По мере усложнения цели, возникновения «древа целей» объем выборки растет.

Например, если мы ставим целью описать поведение студенток одного вуза на рынке модной одежды, то выборка может состоять из нескольких человек (5-10). Информанты представляют типы, различающиеся степенью включения в модный процесс. Если же нас интересует и спектр мотивов и факторов, стоящих за разным поведением на этом рынке, то объем выборки может существенно вырасти.

При проведении качественного исследования есть риск *ложного насыщения*. Он связан с тем, что исследователь при формировании опирается только на метод снежного кома. И здесь он сталкивается с относительной изолированностью социокультурных полей (миров). Попав в один из таких миров, он использует его как стартовую площадку для формирования выборки. Информанты рекомендуют представителей иных типов, но это все элементы структуры одного и того же поля среднего или даже микроуровня. Иные поля им почти неизвестны. В результате исследова-

тель приходит к насыщению: материал начинает повторяться. Но это ложное насыщение, отражающее типологическую структуру лишь данного поля. Очень часто этот феномен встречается в учебных исследованиях: студенты формируют выборку, ограничиваясь своим кругом. Однако такой риск встречается и в более серьезных исследованиях. Одно из часто встречающихся его проявлений — исключение маргинальных, относительно изолированных групп. Об их существовании порою даже не подозревают. На них никто не ссылается, на них нет прямого выхода.

Исследователь, отбирая объекты для наблюдения или интервью, стремится к тому, чтобы они представляли все новые типы изучаемого поведения. Поэтому перед ним постоянно стоит вопрос: А какие есть еще типы?

Поиск ответа на эти вопросы может идти разными путями.

- /. **Систематическое формирование выборки.** Оно часто применяется на ранних этапах исследования, когда еще нет представления о том, какие категории существуют в изучаемом объекте, структура которого — «черный ящик». В этом случае исследователи строят выборку по тем или иным критериям, с помощью которых может быть описан изучаемый объект. Нередко это стандартные социально-демографические характеристики: отбирают женщин и мужчин, людей разных возрастных групп и т. д. В такой выборке акцент делается на репрезентацию социально-демографических категорий.
2. **Случайная выборка используется,** как и систематическая, на ранних этапах исследования. Исследователь берет все объекты, которые попадают под руку и могут быть иметь отношение к теме исследования.
3. **Метод снежного кома.** В процессе интервью ставится вопрос: «А какие еще модели поведения в такой ситуации Вы знаете?». Когда респондент на него отвечает, его просят назвать людей, представляющих этот тип, и даже помочь организовать интервью с ними. Такая выборка имеет ярко выраженный целевой характер. В ходе интервью выявляется новый тип, представителем которого данный информант не является. На основе этой информации ставится цель: найти информанта, репрезентирующего данный тип. Здесь выборка строится не на социально-демографических критериях, а на типах практик, поведения, социальных процессов и т. д. Это метод «снежного кома»: от первого респондента по его подсказке или с его помощью исследователь идет все к новым и новым типам. Когда процесс выявления новых типов прекратился, можно говорить о насыщении. Правда, нельзя забывать выше описанный риск ложного насыщения, связанный с ограничением снежного кома пределами одного социокультурного поля микроуровня.

М. Буровой и Т. Лыпкина при проведении исследования экономического поведения рабочих семей в Сыктывкаре использовали именно этот метод формирования выборки. В интервью с первыми случайными рабочими

избранной фабрики спрашивали о месте жительства знакомых с той же фабрики. Так набралась довольно представительная группа. Этот же принцип я использовал при проведении исследования российских немцев в ФРГ и Республике Коми: от первых случайных знакомых, принадлежащих к этой группе, выходил на других людей.

4. *Исследовательское структурирование объекта.* На первом этапе исследования в результате наблюдения или интервью с экспертами выявляются социокультурные поля, из которых состоит изучаемый объект. В каждом объекте отбираются люди для интервью. В отличие от систематической выборки здесь используются не стандартные критерии, а те, которые вытекают из логики изучаемой темы. Нередко еще до начала исследования известны из литературы, жизненного опыта или предшествующих исследований основные типы, категории, которые предстоит изучать. Однако этот метод сам по себе имеет ограниченные возможности и может вести к ошибкам, поскольку в одном поле возможны разные типы индивидуального поведения.

При проведении исследования жизненных стратегий и повседневных практик молодежи брались такие исходные группы: промышленные и строительные рабочие, студенты, офисные служащие, специалисты. С точки зрения интеграции в формирующееся общество потребления выделялись поначалу крайние типы: пионеры этого общества и исключенные из него.

5. *Комплексный метод* сочетания исследовательского структурирования объекта (на первом этапе) с методом снежного кома на втором, когда встает задача выявления типов внутри одного поля (группы).

Если исследователь не делает акцента на поиске все новых и новых типов, то он легко приходит к типичной ошибке преждевременного и ложного насыщения. Например, студент начинает интервьюировать узкий круг друзей и очень быстро обнаруживает, что существует только 1-2 типа. Дело в том, что дружеские компании формируются по принципу духовной близости, единства стиля жизни, схожести доступных ресурсов. Члены таких компаний чаще всего принадлежат к одному мини-социокультурному полю, поэтому поиск многообразия типов (моделей) в его пределах бесполезен.

Выборка развивается по ходу исследования. На первом этапе обычно фокус делается на поиске все новых и новых категорий, типов. Иначе говоря, выборка ориентируется на максимально широкий охват изучаемой реальности, чтобы не упустить какой-либо тип. Когда эта задача решена, фокус смещается на детальное описание каждой категории. При этом могут обнаружиться очень редкие категории, представители которых не в состоянии дать глубокую информацию. Тогда формирование выборки идет по пути изучения представителей этой категории, способных заполнить информационный вакуум.

Объем выборки в количественном исследовании определяется до начала полевого этапа. В качественном исследовании он становится ясным

лишь при его окончании. Главным критерием завершения выборки является *теоретическое насыщение каждой категории*. Это означает:

- 1) уже не появляются новые данные, относящиеся к этой категории;
- 2) категории определены достаточно плотно, чтобы учитывать все элементы теории и вариации изучаемого процесса;
- 3) взаимосвязи между категориями четко установлены и проверены (Страус и Корбин 2001: 157).

Короче говоря, теоретическое насыщение имеет место тогда, когда собираемый эмпирический материал уже не дает ничего нового для формирования теории изучаемого процесса. Факты собираются, но с точки зрения теории они повторяют уже имеющиеся аргументы, делая их просто более весомыми. Но поскольку в качественном исследовании не стоит задача количественного описания явления, то наличие одного или десяти случаев, демонстрирующих реальность данной категории, ничего не меняет. При любом раскладе аргументов у нас нет оснований сказать, что большинство ведет себя так, а меньшинство — иначе. На такие выводы имеет право лишь количественное исследование.

Таблица 1

**Особенности выборки
в количественном и качественном исследованиях**

<i>Количественное исследование</i>	<i>Качественное исследование</i>
1. Количественно репрезентативная	1. Теоретически (типологически) репрезентативная
2. Жесткая	2. Гибкая
3. Закрытая (разработка завершается до начала полевого исследования)	3. Открытая (разработка продолжается в ходе всего полевого исследования)

В подразделе, посвященном методам сбора информации, определяется общая стратегия исследования и дается обоснование этого выбора. Затем перечисляются методы сбора информации. При необходимости дается анализ их возможностей применительно к данному исследованию, описываются проблемы их использования.

В этом же разделе описываются предполагаемые стратегии и методы анализа информации. Один из вариантов — стратегия «снежного кома». После проведения первых интервью или начальной стадии включенного наблюдения начинается написание наброска отчета. При этом особое внимание уделяется выделению, определению и раскрытию основных категорий и субкатегорий, их свойств. Выявившиеся в ходе написания этого наброска нераскрытые вопросы вносятся в модернизированный гид интервью. И работа продолжается по тому же кругу, приобретающему форму спирали.

Другой вариант обработки опирается на *блочную стратегию*. В этом случае собирается блок информации, переведенной в тексты (интервью,

протоколы наблюдений, транскрипты фокус-групп). Затем эта информация кодируется и тщательно классифицируется. Сейчас появились компьютерные программы, позволяющие быстро и эффективно использовать блочную стратегию обработки качественных данных.

Интеграция кейс-стади и типологической стратегии

Возможно совмещение двух стратегий качественного исследования: кейс-стади и типологической стратегии. Они выносятся на разные уровни и поэтому не противоречат друг другу. Совмещение возможно в разных вариантах.

1. Типологическая стратегия выносится на первый (макроуровень) исследования, а кейс-стади используется на втором уровне. Это значит, что в целом исследование имеет типологический характер. Однако единицами анализа являются ситуации, изучаемые в рамках стратегии кейс-стади.

Этот вариант использовался Институтом сравнительных исследований трудовых отношений. На макроуровне выстраивалась типологическая выборка по таким критериям: а) успешные — неуспешные предприятия; б) традиционные (приватизированные советские) и новые (созданные в постсоветский период); в) отечественные — находящиеся в собственности иностранного капитала. Единицами выступали предприятия, на каждом из которых проводилось кейс-стади. В исследовании этничности российских немцев я также использовал этот вариант. На первом уровне исследование выстраивалось так, чтобы найти людей, представляющих разные жизненные траектории и стратегии, а на втором использовалась стратегия кейс-стади, но в иной — биографической — разновидности.

2. Кейс-стади выносятся на первый уровень, а на втором используется типологическая стратегия.

Например, общий каркас исследования следует логике кейс-стади, однако внутри исследуемого объекта выстраивается типологическая выборка. Такой подход хорошо использовать при изучении предприятий: само предприятие рассматривается как объект кейс-стади, а внутри его в зависимости от темы исследования стратегия выстраивается с целью обнаружения и описания разнообразных типов социальных ситуаций. Этот могут быть различные подразделения или типы работников.

3. Трехуровневый вариант предполагает, что на первом уровне используется типологическая стратегия (например, типы предприятий страны или региона), на втором — кейс-стади, а внутри предприятия — снова типологическая стратегия.

При поиске объектов, репрезентирующих те или иные типы, возможны разные подходы.

(а) *Поиск крайних случаев.* Нередко в них с наибольшей полнотой и наиболее явно обнажается изучаемый процесс. При изучении раз-

личных процессов ищутся информанты или ситуации, представляющие крайние варианты включения.

Так, в исследовании потребительского поведения в выборку отбирались прежде всего две категории: 1) те, для кого смысл жизни в значительной мере связан с потреблением, часто выступающим как ключевой процесс конструирования идентичности; 2) те, для кого потребление — это вынужденная необходимость, занимающая периферийные позиции в их жизни. Одни владеют изощренным языком потребления. Они следят за новинками рынка, они судят себя и других по принципу «покажи мне, что ты потребляешь, и я скажу, кто ты». Для других потребление — лишь средство удовлетворения базовых потребностей.

Один из вариантов такого подхода к формированию выборки — изучение **конфликтных ситуаций**. Конфликт — это открытая форма существования противоречия. Здесь на стол выкладываются все компрометирующие противника сведения, в то же время мобилизуется информация, доказывающая собственную правоту. В таких ситуациях громко и четко высказываются отношения противостоящих сторон друг к другу. Все, что держалось глубоко в душе, в ситуации конфликта оказывается на кончике языка.

При изучении трудовых отношений я часто искал ситуации открытых трудовых конфликтов, нередко принимавших форму забастовки. В ходе таких конфликтов обе стороны обменивались упреками, подвергали сказанное оппонентом сомнению и приводили соответствующие факты. Создавались согласительные комиссии, для расследования приглашались представители третьей стороны и т. д. В результате на поверхности оказывалась анатомия трудовых отношений на данном предприятии.

Особый вариант отбора объекта — **судебный конфликт**. В этом случае исследователь имеет возможность мобилизовать для целей своего исследования потенциал правоохранительной системы. Следователи, обвинитель, адвокаты вскрывают скрытый доселе от глаз социальный механизм. Проводится сбор данных, часто доступных только для людей, наделенных соответствующими властными полномочиями, затем эти данные подвергаются проверке на суде посредством противопоставления обвинения и защиты.

Такой подход был использован мною при изучении приватизации в угольной промышленности. О том, что этот процесс прошел на шахте «Воргашорская» далеко не чистыми методами, мне говорили рабочие-активисты. Но в какой мере их информация объективна? Ведь их и близко не допускали к принятию этих решений. Представители администрации предпочитали об этом не говорить. И вот по иску одного из профсоюзных комитетов было начато расследование. На суде был представлен целый блок доказанных фактов, говоривших о том, что приватизация шахты

представляла собой огромную махинацию, в ходе которой рабочих грабили самым неприкрытым способом (см.: Ильин 1998).

(б) Поиск типичных объектов (информантов, ситуаций). В этом случае нетипичные, крайние варианты отбрасываются. Эта логика близка той, которая доминирует в количественных исследованиях. Нередко отбор типичных объектов опирается на данные статистики или количественных социальных исследований. Из них берутся параметры «среднего россиянина», «среднего жителя города», «типичного предприятия», «типичного рабочего» и т. д., а потом ищутся информанты или ситуации, соответствующие этому описанию.

(в) Поиск максимума вариантов. В этом случае формирование выборки нацелено на то, чтобы выявить и описать максимальное число вариантов, в которых проявляется изучаемый процесс. При такой ориентации в построении выборки может быть эффективным метод снежного кома, при котором в центре внимания исследователя стоит вопрос: «А какие есть еще типы?».

В качественном исследовании важно найти объекты, которые не только репрезентируют типы изучаемого феномена, но и являются информативными. Иначе говоря, в выборку должны входить только объекты, позволяющие нам получить нужную информацию. Не каждое подходящее по своим характеристикам предприятия открыто для исследования. Не каждый информант, представляющий интересный для нас тип, способен внятно и глубоко отвечать на интересующие исследователя вопросы.

КЕЙС-СТАДИ КАК СТРАТЕГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Особенности стратегии. Выбор стратегии. Проектирование кейс-стади. Вхождение в поле. Проверка достоверности полученных данных. Требования к исследователю. Протокол кейс-стади. Анализ материала.

Особенности стратегии

Одной из стратегий качественного исследования является кейс-стади (изучение случая), или монографическое исследование (более традиционное название для отечественного обществоведения).

Кейс-стади — это стратегия эмпирического исследования отдельного, относительно ограниченного по масштабам объекта (группы, организации, индивида) в более или менее широком внутреннем и внешнем контексте.

Кейс-стади — это не метод сбора или анализа информации, а именно исследовательская стратегия. Разнообразные методы сбора и анализа информации входят в нее в качестве составных частей. В основе этой стратегии лежит методология холизма (целостности). Концепция социокультурного поля — одна из ее разновидностей. Нельзя из поля вырвать отдельные процессы, не нарушив его целостность. Нельзя понять отдельные процессы, не поняв логики развития всего поля — его ресурсов, культурной программы, языка внутренней и внешней коммуникации.

Стратегия кейс-стади может классифицироваться по критерию объекта исследования. В принципе в этой роли может выступать любой социальный объект.

1. Одна из разновидностей кейс-стади — **биографическая стратегия**. Правда, далеко не всегда использование биографического подхода означает, что здесь имеет место стратегия кейс-стади. Эту стратегию не стоит путать с биографическим интервью, которое может вписываться в разные стратегии. О биографической стратегии можно говорить лишь тогда, когда биография одного человека изучается как комплексный объект с использованием всех доступных методов сбора и анализа информации. При этом биографическое интервью может и не быть в перечне методов. Это имеет место, когда герой умер или так высоко поднялся в социальной иерархии, что стал недоступен (избран президентом). Другой часто встречающийся вариант недоступности — он стал главой террористической организации.
2. **Кейс-стади семьи**. Эта стратегия близка к биографической, но не сводима к ней. Семья — это и социальный институт, и социальная общность.

3. Другая относительно часто встречающаяся разновидность этой же стратегии — **организационное кейс-стади**. В этом случае в качестве объекта выступает предприятие, фирма, политическая организация и т.п. Суть стратегии от этого не меняется: она направлена на комплексное, всесторонне изучение одного объекта.
4. Классический вариант той же стратегии — **кейс-стади населенного пункта**. Она получила развитие в антропологии, а затем была перенесена на изучение малых городов.
5. **Кейс-стади события** (забастовки, демонстрации и т. д.).

Другой вариант классификации стратегии кейс-стади — по местоположению исследователя относительно изучаемого объекта. В принципе встречаются два варианта:

а) Кейс-стади в форме **включенного наблюдения**. Суть этого варианта состоит в том, что изучение объекта происходит изнутри, а сам исследователь (или исследователи) в той или иной мере включены в качестве участников в изучаемые процессы. Обычно такая стратегия применяется для изучения населенных пунктов, реже — организаций. Разновидностью такой стратегии можно в принципе считать и аналитические автобиографии, хотя с точки зрения используемых методов — это совершенно особый жанр научного исследования. Стратегию включенного наблюдения **не** стоит путать с методом сбора информации, имеющим то же название.

б) Кейс-стади, в котором исследователь изучает процессы, находясь **вне изучаемого объекта**. Разумеется, это в первую очередь относится к биографическим исследованиям. Часто встречается при изучении организаций: исследователи в них не работают, а лишь в той или иной мере приближаются к ним.

Так, мною было проведено исследование социальной истории г. Воркуты сталинской эпохи. Результаты опубликованы в статье «Город-концлагерь: социальная стратификация гулаговской Воркуты» (см. www.socnet.narod.ru). Основные источники, легшие в основу этой работы, — архивные материалы, вспомогательную роль играл анализ опубликованной литературы (прежде всего, мемуаров) и биографические интервью. Объект исследования был оторван от меня не столько в пространстве, сколько во времени: можно было ездить в Воркуту современную, но не в один из центров сталинского ГУЛАГа.

Разумеется, выше перечислены идеальные типы стратегии. В реальности чаще встречаются те или иные варианты их синтеза.

Стратегия кейс-стади является одной из основных в системе качественных исследований. Само ее название противоречит принципу репрезентации, лежащему в основе стратегии количественных исследований. Особенностью стратегии кейс-стади является попытка взглянуть на социальный мир (в тех или иных его масштабах) через призму скрупулезного анализа одного из его объектов.

Это не исключает использования тех или иных количественных методов в процессе кейс-стади. Однако в этом случае генеральная совокупность ограничена рамками изучаемого объекта.

Так, в процесс проведения кейс-стади пассажирского автотранспортного предприятия наша группа использовала такие сугубо количественные методы, как анкетный опрос его работников, контент-анализ карточек учета персонала.

Кейс-стади как исследовательскую стратегию всестороннего анализа единичных объектов не стоит путать с *иллюстративными кейсами*, которые широко используются в правоведении, экономике, маркетинге, менеджменте (Towl 1969). Здесь этот метод часто сводится к простым иллюстрациям, где отдельные случаи выступают в качестве примеров. Такие кейсы часто пишутся на основе одного-двух интервью или на основе опубликованной в прессе информации. Кейс-метод имеет широкое применение и в преподавании (особенно в бизнес-школах).

Выбор стратегии

Кейс-стади вызывает у многих исследователей скептическое отношение. Причина, вероятно, в том, что эта стратегия открыта для субъективизма и поверхностности. Это опасность, которая чаще всего отмечается при описании всех качественных методов. Однако наличие такого риска не довод против использования самого метода, поскольку любой метод открыт для искажений реальности тем или иным образом. Например, самый популярный метод массового опроса не менее уязвим для критики и на тех же основаниях.

Одним из источников предубеждений против кейс-стади является и смешение этой стратегии с иллюстративными кейсами и кейс-методом преподавания. Нестрогое разграничение этих понятий ведет к тому, что о кейс-стади судят по кратким ситуациям, которые используются для организации студенческой дискуссии.

Наиболее распространенное возражение против кейс-стади связано с непригодностью этой стратегии для обобщенных выводов. Глубоко изучив отдельное предприятие, мы не можем судить, в какой мере это типично для страны, отрасли, региона. *«Ну, и что из этого следует? — говорят противники этой стратегии. — Здесь так, а на другой фирме, возможно, все иначе».* Однако проблема не в плохой стратегии, а в том, что она должна соответствовать целям исследования.

Нет хороших и плохих стратегий исследования. Есть адекватный и неадекватный выбор цели. Если перед нами стоит задача дать описание масштабов действия тех или иных моделей, пропорции между разными типами, то, конечно, кейс-стади в этом случае совершенно непригодная стратегия. Здесь нужны массовые опросы, построенные на основе репрезентативных выборок. Однако такие стратегии применимы при наличии уже готовых теоретических моделей, которые надо проверить с точки зрения масштабов их применимости. Между тем далеко не всегда исследователь удовлетворится такими целями.

Stephen Kotkin (1992) выбрал в качестве объекта своего исследования город металлургов Магнитогорск. Там он провел 10 месяцев. Первый этап исследования пришелся на 1987 г., второй — на 1988-1989 гг. Он изучал город как зеркало, в котором отразилась жизнь целого общества. Отсюда и название: *«Стальной город, СССР. Советское общество в эру Горбачева»*. В своем исследовании он проследил как на состоянии общества, наблюдаемого в ограниченных пространственных и временных рамках, влияют его история, политические процессы, экономическая система, культура и т.д. Разумеется, такой подход возможен и на уровне страны, но тогда будет сложно с эмпирическими аргументами: они неизбежно будут носить избирательный характер, порождая вопросы относительно причин выбора одного и отказа от другого. Разве можно было эти процессы рассмотреть, опираясь на классические количественные методы?

В первой половине 1990-х гг. наш Институт сравнительных исследований трудовых отношений (ИСИТО) занимался изучением реструктуризации менеджмента и трудовых отношений на предприятиях России. Нас интересовали процессы приватизации и их влияние на трудовые отношения. Важно было понять, как трансформируется структура менеджмента, как меняется роль профсоюзов, как строятся отношения предприятий с органами власти, как переплетаются формальные и неформальные связи и т. д. Все эти процессы было важно проследить в динамике, на протяжении ряда лет. При этом необходимо было не просто снять информацию с разных точек в социальном времени, а уловить процессы вызревания и разрешения противоречий, понять эволюцию форм трудовых отношений. Разумеется, с помощью даже самого изощренного количественного исследования к решению таких задач нельзя было и подойти. Единственным приемлемым для этого методом оказалось кейс-стади. Оно проводилось на предприятиях разных отраслей в Москве, Сыктывкаре, Самаре, Кемерове и Новокузнецке. Каждый кейс делался несколько лет. Сыктывкарская группа, которой я тогда руководил, наблюдала одно предприятие в период с 1989 по 1996 гг.

В маркетинговых исследованиях стратегия кейс-стади также имеет большие возможности. Стандартный вариант темы звучит примерно так: «Фирма X на рынке товаров Y». Во многих случаях это наиболее адекватная стратегия решения с помощью исследования задач одного предприятия. При этом сами собой снимаются типичные критические соображения, звучащие в адрес кейс-стади и связанные с отсутствием количественной репрезентативности.

Таким образом, стратегия кейс-стади оптимальна в тех случаях, когда целью исследования является анализ сложного механизма какого-либо процесса посредством выявления многочисленных взаимовлияний.

Проектирование кейс-стади

Проект исследования — это логика связи исходного исследовательского вопроса с данными, которые должны быть собраны, и выводами, которые будут сделаны. Каждое эмпирическое исследование в явном или скрытом виде имеет в своей основе проект (Yin 1994: 18).

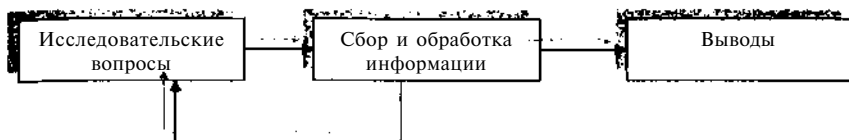


Схема 4. План исследования

Проект кейс-стади может иметь линейный характер или принимать форму этнографической спирали. В продолжительных и глубоких исследованиях второй вариант предпочтительнее. Он означает, что в ходе сбора материала происходит уточнение и дополнение исследовательских вопросов.

Цель проекта исследования — избежать сбора материала, который не помогает ответить на поставленные исходные вопросы, и в то же время не пропустить тот материал, без которого цель окажется не достижимой.

Проект кейс-стади обычно включает в себя целый ряд компонентов (Yin 1994: 20).

1. Исследовательские вопросы. Для кейс-стади типичны вопросы «как?» и «почему?».

2. Предположения, гипотезы относительно того, как на эти вопросы можно ответить. Этот блок не является обязательным. Если исследование начинается при минимальной осведомленности об объекте, то гипотезы, конечно, отсутствуют. Отказываются от них и в тех случаях, когда есть основания подозревать, что возникающие предположения опираются либо на расхожие стереотипы, либо на теории, применимость которых в данных условиях сомнительна.

3. Выбор единицы анализа. Иначе говоря, это ответ на вопрос: «Что будет в данном исследовании случаем?». В качестве такового могут выступать объекты разного масштаба: индивид, подразделение предприятия, фирма, город, отрасль и т. д.

Так, при исследовании поведения потребителей в качестве единиц анализа могут быть отобраны несколько семей, представляющих разные типы. Но в качестве кейса при изучении такой проблематики (например, покупательского поведения) можно взять и отдельный магазин. В качестве единицы анализа может быть выбрано и отдельное событие (например ярмарка, митинг). При изучении шахтерского движения мне приходилось делать кейс-стади отдельных забастовок, голодовок. Четкий выбор единицы анализа (объекта) очень важен, поскольку от него зависит и набор задач, и методы сбора информации, и ее содержание.

4. Логика связи данных с гипотезами. Смысл этого блока проекта состоит в ответе на вопрос: «Какие данные могут подтвердить или опровергнуть выдвинутую гипотезу?»

Какую *роль играет теория* в подготовке проекта кейс-стади? Ответ на этот вопрос не может быть простым и однозначным. Можно выделить два варианта кейс-стади:

(а) *Эвристическое исследование*. Оно ведется в этнографический традициях с целью формулирования новой мини-теории изучаемого явления, Здесь предварительная теоретическая проработка вопроса не нужна. Исследователь описывает случай с сознанием, не замутненным предварительным знанием.

(б) *Проверочное исследование*. Его целью является проверка применимости той или иной теории к анализу данного случая. В этой ситуации разработка проекта начинается с теоретического анализа возможности интерпретации данного случая в категориях той или иной научной концепции.

Нередко перед исследователем стоит задача определить, какая теоретическая модель адекватна изучаемому случаю. В этой ситуации теоретическая проработка проекта ведется с позиций конкурирующих научных подходов. Исследователь делает обзор литературы по выбранной теме и отбирает подходы, которые могут быть проверены в ходе исследования.

Стратегия кейс-стади встречается в двух вариантах, различаемых по режиму границ исследовательского поля:

1. Классическое кейс-стади изолированного объекта. Именно такие исследования проводили в малых городах Америки в 1920-1930-е гг. Объект брался как микрокосмос, как слепок большого общества.

2. Развернутое кейс-стади характерно для современной стадии развития социологии. Редкий объект можно рассматривать как изолированное явление, не идя против истины. Все города, предприятия — это подсистемы с относительно открытыми границами, связанные массой нитей с окружающей средой. При этом трудно порою сказать, где кончается собственно предприятие и начинается внешняя среда.

С точки зрения разделяемой мною Stake Holders Theory, фирма является узлом взаимодействия держателей разных ресурсов, которые рассматривают фирму как поле реализации своих интересов: собственники, менеджеры, рабочие, государство, потребители, поставщики, местные органы власти и местная общественность. Каждый из этих субъектов важен для нормальной работы фирмы, но каждый хочет получить вознаграждение за свой вклад. И на границе фирмы контрактами оговариваются ограничения каждого из вышеперечисленных держателей ресурсов. При таком подходе кейс-стади предприятия предполагает анализ деятельности всех держателей ресурсов и механизмов их взаимодействия по поводу данной фирмы.

Майкл Буровой в первой половине 1990-х гг. проводил кейс-стади на мебельной фабрике «Север». Он начал с анализа цеха, потом всего предприятия, потом его отношений с территориальным объединением, республиканскими властями, поставщиками сырья и потребителями продукции. Такую стратегию он и определил как «развернутое кейс-стади» (extended case study).

Вхождение в поле

При проведении исследования в русле стратегии кейс-стади ключевая задача — так войти в поле, чтобы получить максимально широкий и глубокий доступ к разным участкам жизни изучаемого объекта. Если это сделать не удастся и нас туда пускают только как гостей, каждый шаг которых тщательно опекается, то трудно ждать достоверных результатов.

На рубеже 1980-1990-х гг., когда я только приступал к изучению предприятий с помощью стратегии кейс-стади, проблема доступа решалась очень просто. Перестройка сбросила занавес государственной тайны с обычных предприятий, а понятие коммерческой тайны пришло туда только после приватизации. Директора предприятий, как правило, доброжелательно относились к социологам, да и не видели тайны в жизни доверенных им объектов.

На пассажирское автотранспортное предприятие мы впервые попали в конце 1980-х гг. по приглашению секретаря парткома, который решил изучить социально-психологический климат в коллективе. В начале 1990-х гг. мы туда вернулись по старой памяти для изучения процессов реструктуризации менеджмента и трудовых отношений. Двери предприятия были почти открыты, и мы свободно ходили по кабинетам, мастерским, делали интервью в кабинах автобусов и т. д. Менялись директора предприятия, но доступ для нас был открыт.

Нередко срабатывал метод *спонтанного вхождения*: просто приходишь в приемную директора и добиваешься встречи. Результаты зависели от произведенного впечатления. Наличие иностранного партнера увеличивало вероятность успеха. В начале XXI в. ситуация радикально изменилась. Внутренняя охрана сменила пенсионерок-вахтерш во всех уважающих себя организациях. Пробриться через этот заслон без предварительного согласования с высшим руководством стало невозможно.

Ключевую роль в открытии дверей предприятий для кейс-стади играют *социальные сети*, объединяющие порою самым причудливым образом исследователя и людей, связанных с руководителями предприятий. В лучшем случае это прямые, в худшем — косвенные связи. Под социальными сетями здесь понимаются каналы, связывающие разные социокультурные поля и индивидуальные позиции в них; по этим каналам идет обмен самыми разнообразными ресурсами, в т.ч. информацией, организационной поддержкой, доверием и т. д.

В типографию нас ввела директор Л.А., с которой мы были шапочно знакомы еще по прежней жизни, когда она была еще начальником отдела в учреждении, ведавшем газетами, а мы проводили исследование читательской аудитории. Я пришел к ней в кабинет с аспиранткой из Великобритании, которая хотела на базе этого предприятия писать работу о тендерном разделении труда. Л.А. вспомнила меня, дала интервью и позволила ходить по всей типографии, смотреть, что хочется, и говорить, с кем посчитаем нужным, и даже посещать собрания акционеров. В начале 1990-х гг. наличие в группе иностранки служило дополнительным аргументом к открытости и гостеприимству.

К концу 1990-х гг. ситуация с доступом на предприятия для проведения кейс-стади резко изменилась. Они начали быстро и плотно закрываться от посторонних глаз. Максимум, что удавалось добиться, — это интервью с руководителями и рекомендованными менеджерами. Ни о какой комплексности и достоверности получаемых данных уже нельзя было говорить. И это направление социологических исследований, не успев развиваться до состояния зрелости, почти сошло на нет.

Однако ИСИТО в начале XXI в. провел масштабное исследование проблем реструктуризации менеджмента и трудовых отношений на российских предприятиях в разных регионах страны. В значительной части случаев допуск был получен благодаря наличию связей с людьми, которые в свою очередь связаны с руководителями предприятий.

Иногда можно попасть на предприятие *через профком* — одну из наиболее открытых структур. Однако этот путь непредсказуем: никогда не знаешь заранее, каковы отношения председателя профкома с администрацией предприятия, поэтому его рекомендация может и приоткрыть дверь и наглухо ее захлопнуть.

В последние годы на предприятиях обычно требуют *официальные ходатайства* от руководства научного учреждения, проводящего исследование. Эффективность таких бумаг зависит от авторитета и самого учреждения, и его руководства в глазах директоров. Поэтому в одних случаях такие ходатайства, подписанные, например, ректором, открывали двери предприятий, в других не вызывали никакой реакции.

Проверка достоверности полученных данных

Для проверки достоверности (валидности) полученных результатов в кейс-стади используются разные способы. Главный метод — *триангуляция*. Его суть основного состоит в том, чтобы смотреть на изучаемое явление с разных сторон, ослабляя таким способом субъективизм, присущий качественным методам. Выделяют несколько типов триангуляции (Pattern 1987).

1. *Триангуляция источников*. При проведении кейс-стади для повышения достоверности получаемых выводов стремятся использовать разные источники данных об одном и том же явлении, со-

бытии. Например, при анализе трудовых отношений мы использовали в нашем исследовании информацию, полученную от работников администрации, председателя профкома, рядовых рабочих разного типа.

S. Kotkin (1992) в своем исследовании Магнитогорска использовал в качестве основных источников информации местную прессу, глубокие интервью, наблюдение, анализ официальных документов.

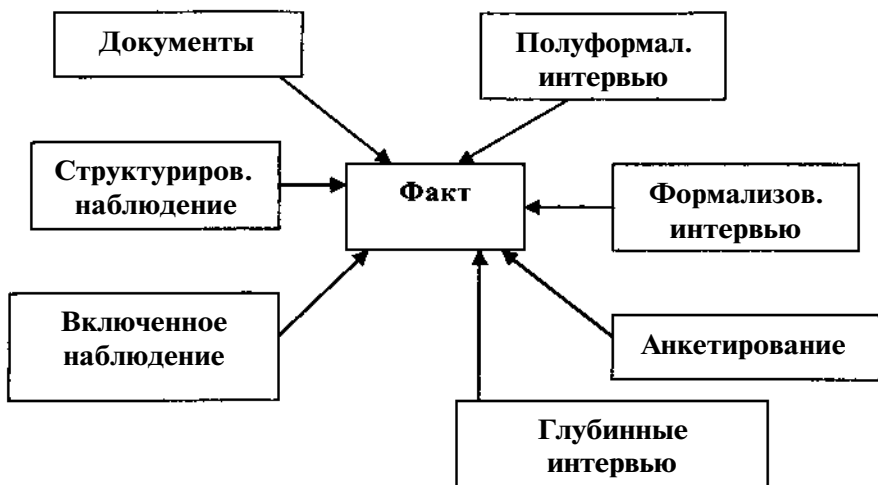


Схема 5. Триангуляция источников

2. **Исследовательская триангуляция** предполагает участие в кейс-стади нескольких сотрудников, которые смотрят на одни и те же явления и события разными глазами. Регулярное сопоставление впечатлений, наблюдений, выводов, их обсуждение позволяют уменьшить вероятность субъективизма.
3. **Теоретическая триангуляция** предполагает попытки взглянуть на изучаемый объект непредвзято, с позиций разных методологий и теоретических моделей. Каждая из них апробируется с целью выявления ее адекватности. При этом порою происходит переплетение разных объяснительных моделей.
3. **Методическая триангуляция** предполагает использование одновременно различных методов сбора и обработки данных. Это также позволяет взглянуть на объект с разных сторон.

Например, изучая работу отдела кадров, мы проводили глубокое интервью с его начальником, делали контент-анализ карточек по учету кадров.

Один из критериев достоверности — *воспроизводимость результатов*. Этот метод используется в экспериментах и опросах. Суть его состоит в том, что достоверным является тот результат, который можно в аналогичных условиях повторить.

Повторяемость данных и выводов кейс-стади проявляется в разных формах:

а) На том же предприятии в другом исследовании. Если кейс-стади повторяется на том же объекте в схожих условиях и приводит к тем же выводам, то можно говорить о надежности полученных данных. Для того чтобы такое повторение было возможно, необходимо иметь полный и детальный комплект документов, описывающих методику и данные первого исследования. Поэтому воспроизводимость можно обеспечить, если исследование проводится с высокой тщательностью, *«как если бы кто-то все время смотрит через твое плечо»* (Yin 1994: 37).

б) На другом предприятии при том же инструментарии. В данном случае повторение кейс-стади на новом однотипном объекте позволяет проверить, насколько случайны и уникальны результаты первого исследования.

Создание базы данных

Одним из инструментов повышения доверия к кейс-стади является создание открытой для других исследователей базы данных, на основе которой писался отчет по кейс-стади. Такая база должна быть доступной другим исследователям, которые захотят повторить данное кейс-стади. Ее наличие, возможность проверить процедуры и выводы, опираясь на повторный анализ эмпирических материалов, повышают доверие к результатам исследования. Большие возможности для этого открывает Интернет. Создание открытого сайта с материалами исследования позволяет всем желающим проверить выводы, самостоятельно погрузившись в «кухню» кейс-стади.

Формы хранения баз различны.

ИСИТО, например, организовал специальный сайт, на котором размещены многие эмпирические материалы предшествующих кейс-стади.

Однако при создании открытых баз данных возникают проблемы. Многие предприятия категорически не хотят, чтобы какая-то объективная информация о них попадала в чужие руки. Поэтому исследования допускаются, но на условиях анонимности и конфиденциальности. Не менее серьезные проблемы возникают и при исследовании биографии или истории семьи. Эти требования в принципе противоречат методам обеспечения внешней проверки достоверности полученных данных. Гораздо проще с материалами кейс-стади населенного пункта.

Обеспечение цепи доказательств

Суть этого принципа состоит в том, что посторонний читатель отчета должен быть в состоянии проследить логику движения от первичных фактов к конечным выводам. В данном случае используется тот же подход, что и в криминологическом расследовании, итогом которого является представление дела в суде. При этом проверяются не только сами собранные доказательства, но и обстоятельства их сбора (Yin 1994: 98).

При соблюдении этого требования исследователь избегает выводов, которые висят в воздухе и которым читатель может только верить или не верить. Он готовит отчет, в котором тщательно прописывает все данные и способы их анализа, ведущие к тому или иному выводу. Разумеется, это серьезно утяжеляет текст. Все статьи, написанные на основе данной стратегии, отличаются большими объемами и перегруженностью деталями, повторами однотипных фактов.

Требования к исследователю

Метод кейс-стади создает иллюзию легкости и доступности. В действительности это далеко не так. Для его проведения требуется больше навыков и методических знаний, чем для других типов исследований.

Проблема состоит в том, что кейс-стади в значительной мере опирается на слабо формализованные процедуры. А именно формализация позволяет привлекать полуквалифицированный персонал, которому можно доверить работу по методикам, подготовленным более опытными организаторами.

Какими же качествами должен обладать исследователь, работающий в стратегии кейс-стади?

1. Он должен уметь задавать хорошие вопросы и интерпретировать их. Для этого необходимо постоянно помнить о цели и задаче исследования и формулировать в разных ситуациях вопросы, направленные на их достижение. Очередной ответ на вопрос должен быть почвой для постановки новых вопросов.

2. Исследователь должен быть хорошим слушателем и наблюдателем, не искать реальность своими ранее возникшими схемами. Он должен быть способен смотреть на описываемые события глазами интервьюируемых и наблюдаемых людей, учитывая контекст, настроение. При анализе документов это предполагает способность читать между строк и увязывать с информацией из других источников.

3. Он должен быть гибким, чтобы новые нюансы ситуации рассматривались как новые возможности, а не как угроза уже сложившимся выводам. При этом нередко необходимо на ходу, не меняя цели, вносить коррективы в план исследования. Это может вести к пересмотру и всех ранее собранных материалов.

4. Он должен быть в состоянии «схватить» изучаемую проблему и выделить события и информацию, на которых надо сосредоточить внимание (Yin 1994:56-58).

Если при подготовке опроса главной формой обучения участников является инструктаж, то при подготовке кейс-стади — семинар. Нередко он длится несколько дней. В ходе семинара все участники обмениваются своими представлениями. В результате формируется программа, прошедшая через сознание всех участников, которые однотипно видят смысл исследования.

При подготовке и проведении изучения реструктуризации менеджмента и трудовых отношений сотрудники региональных отделений ИСИТО регулярно собирались на семинары, каждый из которых длился два-три дня. На этих семинарах обсуждались ключевые вопросы, инструментарий, промежуточные результаты, сопоставлялись выводы.

Протокол кейс-стади

Протокол детально описывает используемый инструментарий и все процедуры. В начале исследования это его программа, потом она перерастает в протокол, содержащий и результаты. Он выполняет две основные функции:

- 1) это детальный план, которым руководствуется исследователь;
- 2) это документ, обеспечивающий доказательство надежности полученной информации и выводов (Yin 1994: 63).

Содержание протокола

//. Обзор кейс-стади

Цель и задачи исследования. Обзор литературы по исследуемой теме. Основные характеристики кейс-метода.

Этот раздел протокола должен быть в таком виде, чтобы его можно было показать любому постороннему человеку, заинтересованному в исследовании и важному для его успеха (например, директору предприятия или мэру города). Прочтя его, он должен получить представление, зачем и как проводится это исследование. Этот раздел может включать письмо поддержки от влиятельных лиц или властных структур, в котором кратко характеризуются цель исследования и люди, которые его проводят, формулируется просьба о содействии.

Кроме того, с этим разделом должен быть хорошо знаком каждый исследователь. При необходимости прилагается набор ксерокопий статей по исследуемой теме.

///. Полевые процедуры (организация исследования)

В этой части протокола кейс-стади прежде всего описывается процедура доступа к изучаемому объекту. Как получить доступ на предприятие? Как добиться, чтобы город, выбранный в качестве объекта, был открыт в своих наиболее важных сферах?

Здесь дается перечень ключевых фигур, с которыми необходимо провести интервью, их ФИО, должности, телефоны, местоположение их офисов.

В этом разделе описывается необходимая для исследования техника (компьютеры, диктофоны, блокноты и т. п.), материальные ресурсы.

При наличии большого коллектива исследователей тщательно прописывается техника связи между ними, обмена информацией и передачи указаний руководителя.

Составляется график выполнения каждого вида работ, описывается содержание каждого этапа.

Весь этот раздел посвящен деталям, которые сначала кажутся мелкими и несущественными. Однако наличие непродуманных заранее деталей может существенно осложнить ход исследования, привести к его замедлению и нарушению установленного срока сдачи отчета.

///. Основные вопросы кейс-стади (гид)

Этот раздел является ключевым. Его основное содержание — перечень тем, вопросов. Они предназначены не для информантов, а для исследователя: они должны постоянно напоминать ему о целях и задачах в процессе сбора информации. Исследователь должен их держать в уме при сборе информации и при отборе потенциальных источников информации. Перед каждым интервью исследователь просматривает вопросы, отбирая уместные именно для данной встречи. Кроме того, готовятся вопросы, темы, которые можно обсудить именно с данным человеком.

Этот раздел включает также перечень основных источников информации: людей (информантов), документов, объектов наблюдения.

IV. План отчета

В исследованиях с линейной стратегией об отчете начинают думать только после завершения сбора материала. Кейс-стади опирается на стратегию спирали. Это означает, что уже в протоколе кейс-стади содержится более или менее развернутый план отчета. Кроме того, в этом плане предусматривается, кто будет читателем отчета, что предполагает определение его формы.

Протокол по своей структуре очень схож с программой. Но они не идентичны. Программа ориентирована в будущее, это план. Протокол — это и постоянно корректируемый план, и отчет о проделанной работе с акцентом на процедуры. Во многих случаях протокол выполняет функции программы.

Пилотажное кейс-стади

Если предполагается множественное кейс-стади, т.е. исследование нескольких объектов, то ему предшествует пилотажное исследование. В его ходе достигаются две разные цели:

1. Отработка методики и методологии исследования, что предполагает проверку подготовленного протокола, уточнение и расширение исследовательских вопросов. Этот этап работы может потребовать больше сил и времени, чем остальные кейсы.
2. Начало сбора материала по теме исследования. На основе этого материала уточняется, конкретизируется план отчета, набрасывается его черновик, представляющий собой своего рода набор гипотез.

тез, подлежащих проверке: здесь изучаемый процесс разворачивается в форме X, а какие еще формы возможны?

3. Отбор объекта. Дело в том, что в ходе пилотажа избранный объект может оказаться по тем или иным причинам непригодным для настоящего кейс-стади. Одно из часто встречающихся препятствий - недостаточная его открытость. Это проблема, с которой сталкиваются при отборе как предприятий, так и индивидов. Для успеха пилотажного исследования важен правильный отбор объекта, который по существу играет роль лаборатории. Он должен быть максимально удобен для углубленного его изучения. Это предполагает наличие свободного доступа, доброжелательного отношения руководителей предприятия, удобное расположение.

Это очень важная часть всего проекта. От ее качества может зависеть качество и всей последующей работы.

По итогам пилотажного кейс-стади пишется отчет. С одной стороны, содержательно это такой же отчет, какой должен быть подготовлен по каждому из последующих объектов. С другой стороны, он содержит анализ уроков из проведенного исследования и является отправной точкой, руководством для подготовки других кейсов.

Сбор материала

Особенность кейс-стади и его ключевое достоинство состоят в разнообразии используемых источников информации, что позволяет смотреть на исследуемый объект с разных сторон. Каждый метод имеет свои плюсы и минусы. Их совмещение позволяет влияние минусов уменьшить.

Для успеха кейс-стади очень важно наличие ключевого информанта. Однако это часто является источником искажений, поскольку он навязывает свое видение событий, нередко манипулирует доступом к информации. Порой эта манипуляция имеет невольный характер: если информант - одна из сторон конфликта, то другая сторона может либо уклоняться от интервью, либо быть недостаточно откровенной.

При проведении кейс-стади на пассажирском автопредприятии первоначально ключевым информантом был председатель профкома. Но вскоре я понял, что он далек от объективности, глубоко включен в конфликт с директором. Поэтому постепенно пришлось предпринять усилия, чтобы занять на предприятии более или менее равноудаленную позицию по отношению к противоборствующим сторонам.

Достоинства и недостатки методов сбора информации

Источники информации	Их сила	Их слабости
Документация	1) Стабильность, что позволяет возвращаться к ним неоднократно. 2) Независимость от восприятия, предубеждений исследователя, поскольку создаются вне кейс-стади. 3) Точность информации. 4) Широкий охват событий, длительного периода времени и т.д.	1) Предубеждения неизвестного составителя. 2) Затрудненный или блокированный доступ к ним. 3) Искажение картины в результате неполноты доступной коллекции документов.
Интервью	1) Фокусировка на теме исследования. 2) Позволяет глубоко проникнуть в важные сюжеты темы.	1) Возможность искажения картины в силу неудачных вопросов. 2) Искажения со стороны интервьюируемого. 3) Неточность ответов по причине несовершенства памяти. 4) Информант может подгонять свои ответы под ожидания исследователя.
Прямое наблюдение	1) Отражение событий в реальном времени. 2) Отражение контекста событий.	1) Большие затраты времени. 2) Избирательность наблюдения, недостаточно широкий охват. 3) Искажение наблюдаемых событий под влиянием наблюдателя.
Включенное наблюдение	1) Отражение событий в реальном времени. 2) Отражение межличностных аспектов поведения и мотивов.	1) Большие затраты времени. 2) Избирательность наблюдения, недостаточно широкий охват. 3) Искажение наблюдаемых событий под влиянием наблюдателя.
Физические объекты	1) Отражение технических аспектов. 2) Отражение материальной культуры.	

(Yin 1994:80).

Анализ эмпирического материала

Одной из самых сложных проблем при проведении кейс-стади является обработка, анализ собранного материала. Часто значительная его часть просто не обрабатывается, поскольку исследователь буквально тонет в море информации.

Важным условием эффективного анализа является выработка аналитической стратегии. Возможны разные ее варианты.

а) Опора на теоретические посылки

В этом случае кейс-стади изначально вытекает из определенной концепции и организуется в соответствии с ее логикой. Начинается такое кейс-стади с обзора литературы, из которого вытекают исследовательские воп-

росы и гипотезы, структура эмпирического исследования. Исходные теоретические предположения, гипотезы позволяют сразу же определить, какой материал нужно собирать, а какой допустимо игнорировать. Такая стратегия анализа позволяет экономить ресурсы и время.

Однако ее применение чревато и явными издержками. Выбор неверной или неадекватной данному объекту концепции чреват провалом исследования, которое пойдет по ложному следу. В результате будет собираться второстепенный материал, а важные факты игнорироваться, поскольку они не работают на проверку данной концепции и вообще лежат за пределами задач исследования.

б) Описательный (этнографический) кейс

В тех случаях, когда нет подходящей теоретической концепции или ставится задача создать основу для новой концепции, может использоваться стратегия описательного кейса. В этом случае кейс структурируется по тематическому принципу. По мере сбора материала и проникновения в проблему структура становится все более и более детальной. Соответственно собираемый материал сразу же сортируется по ячейкам структуры, которым соответствуют директории и файлы в компьютерной базе данных.

Исследование может начинаться как сугубо описательное, но по мере проникновения в тему могут возникнуть теоретические гипотезы, которые приведут к реструктуризации и плана исследования, и процесса сбора материала. И тогда делается аналитический кейс.

В кейс-стади могут использоваться разные способы анализа данных.

а) Проверка модели

Суть этого способа состоит в том, что на основе предварительного теоретического анализа темы конструируется одна или несколько возможных моделей поведения изучаемого объекта. Эти модели могут быть как однотипными и различаться более или менее существенными деталями, так и взаимоисключающими. Данные модели выполняют функцию гипотез. Затем в процессе сбора эмпирического материала конструируется новая модель, которая сопоставляется с исходной теоретической.

б) Построение объяснительной модели

По своей форме этот способ похож на предыдущий, однако акцент в нем делается на выявление причинно-следственных связей. Объяснить — значит выявить именно такие связи. Подобное исследование может играть не самостоятельную, а вспомогательную роль. В этом случае его целью является не окончательный отчет, а формулировка гипотез, идей для последующего исследования.

Форма представления причинно-следственных связей может быть разной. В кейс-стади чаще всего используется нарративная (описательная) форма, имеющая разные варианты.

Хронологический анализ. Цель его — изучить изменения процессов во времени. В фокусе внимания находится последовательность собы-

тий. Такая логика подспудно ведет к упрощению: если А предшествует Б, то А — причина Б. Это, конечно, логическая ошибка, но в реальности такая логика нередко имеет место.

Факторный анализ. При этом подходе в фокусе исследования стоит вопрос о том, какие факторы какие следствия вызывают? Главное — это выявление причинно-следственных связей. В одних случаях это может совпадать с хронологическим анализом, в других — ему противоречить. При выборе этого метода структура отчета тяготеет к проблемному принципу.

Обзор кейсов. Этот метод возможен, когда есть серия однотипных, сопоставимых кейсов. Анализ направлен на выявление их общих черт и особенностей. Для использования метода обзора необходимо, чтобы каждый кейс предварительно анализировался по общей логике. Особенно большие трудности при сопоставлении кейсов возникают, когда каждый из них выполнялся разными группами исследователей. Добиться большой согласованности — большое искусство руководителя проекта.

СТРАТЕГИЯ ВКЛЮЧЕННОГО НАБЛЮДЕНИЯ

Классификация наблюдений по степени вовлеченности визуализируемые процессы. Участники включенный наблюдатель. Вхождение в поле. Проводник. Опасность этноцентризма исследователя.

Включенное наблюдение — это ядро качественных методов, их фундамент. Именно с включенного наблюдения начиналась традиция качественных социальных исследований.

Включенное наблюдение имеет двоякую сущность. В узком смысле слова это *метод сбора информации* с помощью визуального отслеживания объекта исследователем, находящимся в самом объекте.

Так, можно в качестве участника демонстрации исследовать этот феномен массового поведения. В качестве зрителя футбольного матча можно изучать поведение футбольных болельщиков, наблюдая их из их же рядов.

В широком смысле слова включенное наблюдение — это *стратегия исследования*. В таком случае это относительно длительная разновидность кейс-стади, организуемого исследователем, находящимся в изучаемом объекте с опорой на все доступные ему методы сбора информации (свободное интервью, наблюдение, изучение документов, групповое интервью и т. д.). Само по себе включенное наблюдение в принципе не содержит жесткой связи с логикой кейс-стади. Однако трудоемкость включенного наблюдения делает сомнительной возможность его включения в типологическое исследование. Правда, возможно его совмещение как разновидности кейс-стади с типологической стратегией (параллельное включенное наблюдение, осуществляемое разными исследователями на различных объектах).

Наблюдение — это прямая регистрация событий очевидцем (Ядов 1999: 194; такое определение наблюдения принято в социологии и тех прикладных дисциплинах, которые на нее опираются, в частности в маркетинговых исследованиях). Ключевым критерием классификации наблюдения является место и роль наблюдателя в изучаемом процессе. Это континуум, на одном полюсе которого полное включение наблюдателя в процесс, на другом — полное неучастие в нем (позиция стороннего наблюдателя).

Особенности включенного наблюдения

Полное участие подразумевает изучение той ситуации, в которую исследователь включен в качестве обычного полноправного участника. Нередко менеджеры пытаются разобраться в собственном предприятии: кто с практическими, а кто с научными целями (защита, например, диссертации). У людей, полностью вовлеченных в жизнь исследуемого объекта, очень часто возникает иллюзия, что им провести включенное наблюдение проще всего: кто, как не они, знает все об этом объекте?

Конечно, такое положение облегчает доступ в исследуемое поле, но чем выше включенность в ситуацию, тем труднее взглянуть на нее со стороны, избавиться от фильтра, через который все вокруг видится как «*само собой разумеющееся*» («*А как еще иначе может быть?*»), «*очевидное*». Не случайно использование метода включенного наблюдения начиналось с изучения экзотичных, чужих обществ.

Таблица 3

Типы участия

<i>Степень вовлеченности в ситуацию</i>	<i>Тип участия</i>
Высокая	Полное
Средняя	Активное Умеренное
Низкая	Пассивное
Отсутствие вовлеченности	Неучастие

(Spradley1980:58)

При полном участии нет зрителей, следовательно, нет попытки играть спектакль «Нас приехали изучать!». Это несомненный плюс такой исследовательской позиции. Однако исследователь является частью исследуемого сообщества и вольно или невольно начинает играть по его правилам.

Если потребителем результатов исследования является администрация предприятия, то автор отчета вынужден принимать во внимание обычно неписанные правила представления информации начальству. Это тоже спектакль, хотя и без посторонних зрителей. «Король» хочет, чтобы и на репетиции окружение искренне и убедительно играло сцену доклада «Его Величеству». И если реальность противоречит представлениям о ней «короля», тем хуже для реальности. Полностью включенный в организацию исследователь сталкивается с культурной программой своего поля, которое нередко требует «научного» подтверждения прозорливости и мудрости руководства. Часто руководители еще до проведения исследования знают его результаты, поэтому если отчет подчиненного противоречит этим ожиданиям, то проще объяснить расхождения недостаточной компетентностью исследователя. Поскольку же практик обычно действительно не уверен в этом и сам, то возникает соблазн «хорошо сыграть роль». А судьбы кто? Конечно, руководители.

Если отчет пишется для внешнего потребления (диссертация, книга или статья), то в качестве важного фактора выступают внешние зрители.

Им приоткрывается жизнь фактически закрытой организации. Если руководство уже осознало важность PR, то отчет подвергается цензуре. Здесь главные соображения связаны не с объективностью представленной картины, а с ответом на вопрос «Какое впечатление произведет на общественность данный отчет?». Поэтому появляется большой соблазн использовать исследование как пиаровский инструмент. И читатель текстов, произведенных работниками организации, не может при интерпретации данных не принимать во внимание этот драматургический контекст.

Совершенно иначе пишется текст инсайдером — работником, по тем или иным обстоятельствам покинувшим организацию. У многих появляется соблазн написать мемуары или записки, если эта организация вызывает любопытство публики. Интерпретация таких текстов тоже может вестись с точки зрения драматургического подхода. Это предполагает в первую очередь выяснение роли, которую играл автор в организации и которую он играет сейчас, предлагая свой текст. И тут могут быть разные варианты.

а) Руководитель хочет внести вклад в «объективное освещение» истории организации, которую он возглавлял, дать другим исследователям нужный материал для оценки его собственной роли в ней. Как правило, в интерпретации автора эта роль и большая, и позитивная. А если результаты деятельности организации явно провальные, то виноваты в этом происки врагов, объективная ситуация в макросреде, погода и т. д. К этой категории текстов относятся мемуары политических лидеров и работников аппарата, если они ушли из организации с почетом. Последнее обстоятельство очень важно: при анализе прошлого практик, ставший исследователем, повязан моральными ограничениями: нехорошо говорить неприятную правду о людях, которые не сделали тебе ничего плохого или даже помогли в карьере. Нередко мемуарист-аналитик по-прежнему остается в тех же социальных сетях. Это толкает к написанию текста, презентующего общее героическое прошлое. Правда, умный мемуарист понимает, что чем больше пиаровского пафоса в его отчете, тем менее он интересен для внешней публики. Таким образом, исследователь, глубоко интегрированный в изучаемое поле, как это ни парадоксально, находится в невыгодном положении — с точки зрения проведения качественного включенного наблюдения.

б) Мемуарист-аналитик ушел из организации не по своей воле, переполнен обидой и стремится ответить более сильным обидчикам, «резанув правду-матку» по полной программе. Он против своей воли исключен из социокультурного поля, отрезан от его ресурсов и чувствует моральное право игнорировать его культурную программу (моральные обязательства сетевых отношений, неписанные правила организации и т. д.). Классика этого жанра в России — записки Коржакова, долгое время обеспечивавшего охрану Б. Ельцина и обиженного им до глубины души. Разумеется, такие тексты нельзя принимать как объективный и разносторонний взгляд на описываемый объект. Однако обычно они полны довольно достоверным этнографическим материалом.

Включенное наблюдение может использоваться в исследовании разнообразных тем. И это не только организации. В качестве потребителей мы можем изучать с помощью этой стратегии большой спектр форм потребительского поведения.

Одно из направлений проводимого мною изучения индивидуального потребления — анализ феномена туризма. Чтобы понять мотивацию людей, уезжающих в иные края на короткое время, я участвовал в некоторых группах, представляющих разные типы туризма. С группой самоорганизующихся туристов я участвовал в восхождении на Эльбрус по довольно сложному маршруту. В Гималаях делал на пару с сыном двухнедельный трекинг — переход по высокогорным тропам в Северном Непале в сопровождении двух местных жителей. Это было включенное наблюдение экстремального туризма. В Турции и Египте ездил на экскурсии, жил в отелях, разбираясь изнутри в жизни массового туриста, который ищет хорошего сервиса, безделья и посещения всем известных достопримечательностей.

Активный тип участия предполагает, что исследователь стремится делать то, что делают изучаемые им люди, но при этом он остается посторонним, которого приняли на время.

Так, профессор Калифорнийского университета (Беркли) Майкл Буравой в своих исследованиях промышленной организации широко использовал метод включенного наблюдения. Каждый раз он устраивался на работу в качестве менеджера (Замбия) или рабочего (США, Венгрия, Россия) и в течение длительного периода наблюдал изнутри, с обычного рабочего места. Однако, как правило, окружающие знали, что он исследователь, поэтому он был для окружающих странным человеком.

Именно так А.Алексеев, ленинградский социолог, изучал организацию советского предприятия, несколько лет проведя в качестве обычного рабочего на заводе.

Независимый исследователь не может быть полностью независим в презентации своего материала. Его пустили в поле, ему дали возможности работать, открыли то, что можно было бы и не открывать. Он был в гостях. И здесь возникает дилемма гостя: быть благодарным или объективным? Частично эта проблема снимается кодированием объекта: меняется название города и организации, фамилии описываемых людей. Исследователь подчеркивает, что его интересует не конкретная организация, а модель разворачивающихся в ней социальных отношений.

В 1990-е гг., когда менеджеры российских предприятий еще не понимали важности пиаровской презентации себя внешнему миру, они нередко не интересовались, как будет представлен отчет о работе наблюдателя. Они обычно спрашивали, для чего это исследование, но не пытались осуществлять цензуру отчетов. Однако к концу 1990-х гг. ситуация изменилась: российские предприятия начали быстро закрываться от посторонних глаз и стараться тщательно дозировать информацию, выходящую вовне.

При умеренном типе участия исследователь балансирует между ролями участника процесса и его наблюдателя, что не позволяет ему быть таким же, как другие (например, студенты на практике). Его участие носит явно условный и временный характер. Нередко полноправные члены данного поля воспринимают его участие как игру: толку для нас мало, лишь бы не мешал!

В ходе исследования образа жизни среднего класса Германии я несколько месяцев жил в немецкой семье в качестве ее члена. Я участвовал во всех семейных мероприятиях (от ежедневных ужинов до празднования Рождества, в приготовлении пищи и стрижке газонов), наблюдая жизнь семьи изнутри, но я оставался иностранцем, живущим в рамках иного денежного бюджета, не вовлеченного во многие виды деятельности моих домохозяев.

Исследователи-практиканты, допущенные к наблюдению организации, включаются в ее социокультурное поле временно и на ограниченных условиях. Им стараются не давать «лишней» информации, создают условия для поверхностного наблюдения. Собираемая ими информация контролируется в разной мере. Одни организации, зная, что практиканты ничего секретного увидеть не могли, не контролируют тексты, представляемые для защиты в качестве курсовых, дипломных или диссертационных работ, но оговаривают, что эта информация не должна выходить за пределы научного или учебного учреждения. Многие организации просят прислать им текст отчета. Если предполагаются публикации, то интерес к цензуре часто резко возрастает.

Есть организации, которые контролируют информацию, представляемую даже в дипломных работах.

Моя аспирантка, находившаяся на преддипломной практике в одной из фирм в ФРГ, перед сдачей работы для прохождения всей процедуры в рамках немецкого университета должна была отослать текст в фирму. Там его просматривали, чтобы не допустить узнаваемости в дипломной работе названия фирмы.

При наличии такого возврата информации в организацию, где она собиралась, исследователь и в период работы над отчетом оказывается включенным в соответствующее социокультурное поле, находится под прессингом его культурной программы. Влияет и фактор доступа к его ресурсам. Так, нарушение установленных фирмой условий распоряжения информацией может привести к тому, что этого исследователя больше туда не пустят или вообще откажутся от приема стажеров. Поэтому научные руководители, заинтересованные в доступе к этому полю и других своих студентов и аспирантов, также выступают цензорами.

Неучастие предполагает, что исследователь наблюдает процесс со стороны, являясь посторонним. Он входит в поле, но в качестве гостя. Он присутствует, видит, но не участвует в изучаемых процессах.

При изучении шахтерского движения Воркуты мне приходилось наблюдать с очень близкого расстояния забастовки и голодовки. Я присутствовал на собраниях, наблюдал быт голодовки шахтерских лидеров, находился в толпе бастующих, но я был посторонним, который никак не мог быть непосредственным участником изучаемых событий.

Таблица 4

Обычный участник ситуации и включенный наблюдатель

	Обычный участник	Включенный наблюдатель
1. Цели	Участие в данной деятельности	Участие в данной деятельности. Наблюдение поведения людей и условий в данной ситуации.
2. Внимание	Игнорирование значительной части информации, не имеющей отношения к основной деятельности (избирательное внимание).	Обостренное внимание к деталям, которые в обычной деятельности не замечаются.
3. Угол зрения	Наблюдается широкий круг явлений, но отбирается только то, что относится к конкретной цели.	Наблюдается и фиксируется широкий круг явлений.
4. Соотношение внутренней и внешней позиций	Осознание себя субъектом деятельности, который является частью ситуации.	Это одновременно и участник ситуации, и посторонний, смотрящий и на ситуацию, и на себя в ней как бы со стороны.
5. Самоанализ	Лишь изредка заглядывает в свою душу, мысли.	Использует себя как исследовательский инструмент.
6. Фиксация результатов наблюдений	Почти никогда не записывает их.	Детальная фиксация наблюдаемых событий, явлений и своих субъективных ощущений, мыслей по их поводу.

(Spradley 1980)

Вхождение в поле

Включенное наблюдение начинается с вхождения в поле. Часто это довольно сложная фаза, от которой зависит успех всего исследования. Объект обычно представляет собой относительно обособленное социокультурное поле, живущее своей собственной жизнью и отгороженное от других полей более или менее жесткой границей. Исследователь — чужак по отношению к объекту исследования. И попасть внутрь поля не в качестве сиюминутного почетного гостя, для которого разыгрывают спектакль, а в качестве «своего», который сливается с изучаемой средой, — это очень сложная задача. Как правило, вхождение в поле обеспечивается человеком, который, с одной стороны, является достаточно влиятельным членом изучаемой группы или может воздействовать на нее со стороны, а с другой — в силу тех или иных причин расположен к исследователю и готов ему помочь. В англоязычной литературе его называют gate keeper. Его функция — провести исследователя через границу закрытого социокультурного поля и представить его членам как человека, внушающего доверие. На этом его функции могут заканчиваться.

В классическую эпоху антропологи просто отправлялись в дальние страны, где с помощью колониальной администрации находили подходящие деревни и селились там. В качестве проводников выступали чиновники. Исследователи приходили как чужаки, представлявшие и чужую белую расу, и колониальную администрацию. Как бы долго они ни жили среди аборигенов, они оставались чужаками, по отношению к которым поддерживалась дистанция. Аборигенное социокультурное поле никогда по отношению к ним не было полностью открытым. Да и они не стремились слиться с этим полем, сохраняя в чужой среде по мере возможности европейский образ жизни и выступая зримым символом колониальной власти. Поэтому это был опыт относительного включенного наблюдения: с одной стороны, исследователи жили там же, где и аборигены, но с другой — это был иной образ жизни.

При исследовании предприятий прохождение границы их поля представляет особо сложную проблему. Это формальные организации, закрывающиеся с помощью норм административной дисциплины (никому постороннему ничего не давать без разрешения директора) и таких физических проявлений границы, как проходная с охраной и заборы. Дать формальное разрешение на вхождение в поле, а тем более на проведение там включенного наблюдения, может только руководитель предприятия.

В постсоветский период территория бывшего СССР стала привлекательным местом для западных исследователей, которые впервые получили шанс вступить в пространство, которое до этого было наглухо закрыто для посторонних глаз. Новые власти, как правило, не чинили препятствий для приезда иностранцев, стремившихся поселиться в российской среде, хотя и смотрели на них с большим недоумением.

Майкл Буравой, профессор социологии из Калифорнийского университета (Беркли), имел опыт включенного наблюдения на руднике в Замбии, на заводах в Чикаго и Венгрии. Когда Советский Союз открылся для иностранцев, он решил попробовать его исследовать с помощью той же стратегии. Первая попытка вхождения в поле была предпринята в Москве на одном из крупных предприятий. Но потом от молодого российского социолога поступило предложение помочь с вхождением в поле в далекой северной провинции — в Сыктывкаре. Туда была совершена первая пробная поездка в начале 1991 г. Ее целью стало общее знакомство с городом, людьми, предприятиями. Завязались новые знакомства. Через некоторое время М. Буравой приехал в Сыктывкар с намерением прожить здесь полгода и поработать на одном из предприятий в качестве рабочего. Желание американского профессора стать российским рабочим в период общего преклонения перед всем западным в контексте сурового экономического кризиса, охватывавшего страну, вызывало у директоров предприятий смесь недоумения и недоверия. В конце концов, удалось близко познакомиться с председателем республиканской федерации профсоюзов, который порекомендовал М. Буравого директору одной из фабрик. И про-

фессор стал рабочим мебельного предприятия. В этом случае границу открыли, прежде всего, российские коллеги, выведшие на формального профсоюзного лидера, который в свою очередь имел влияние и на профком, и на руководство фабрики.

М. Буравой стал обычным рабочим. Его включили в бригаду Назначили обычную зарплату. Помогли снять однокомнатную квартиру в пятиэтажном блочном доме. И на полгода социолог включился в жизнь провинциального города. Ежедневно он ездил на автобусе на фабрику. Стоял у станка, когда была работа, играл в домино и в «тысячу» во время простоев, изучал русский язык в процессе повседневного общения со своими новыми коллегами. Он отказался от использования запаса тогда всемогущих американских долларов (в начале 1990-х гг. курс доллара по отношению к рублю был просто «смешной» и любой американский безработный превращался в России в богача) и жил на свою зарплату. Правда, в его включении в российское социокультурное поле были и сбои. По субботам он ходил в гости к своим местным приятелям. Как-то во время обеда в моей семье за столом зашел разговор о талонах. Майкл начал активно расспрашивать о системе их распределения. «Майкл, — спрашивает его мой приятель, — ты решил основательно изучить наше снабжение?» «Нет, — отвечает Майкл, — просто хочется есть, а в магазинах ничего нет». Оказалось, что его на работу приняли, а полагающиеся продовольственные талоны не выдали. Потом моя жена Марина отправилась в профком фабрики и попросила исправить ситуацию. Там удивились: «Зачем американцу наши талоны, если он за доллары может купить все?» После почти недельной проволочки талоны Майклу были выданы. Правда, при этом талоны на алкоголь были отрезаны. Видимо, в администрации решили, что давать русскую водку американцу в условиях, когда ее остро не хватает своим, — просто кощунство.

Сара Ашвин, тогда аспирантка Уорикского университета (Великобритания), выбрала в качестве предмета своего диссертационного исследования шахтерские профсоюзы России. Некоторое время она изучала в Англии научную литературу и русский язык, съездила в Кузбасс, где посмотрела шахты и разрезы, поучаствовала в интервьюировании. После этого ее научный руководитель проф. Саймон Кларк предложил ей поехать в Кузбасский шахтерский поселок на более или менее длительный срок и провести исследование. С помощью кузбасских социологов, работавших в угольном объединении, был выбран поселок Малиновка, расположенный неподалеку от Новокузнецка.

Технология вхождения в поле, роль, играемая исследователем в процессе включенного наблюдения, обычно в отчетах не рассматриваются. Эти детали опускаются как «излишняя лирика». И за этим стоит либо нечаянный просчет, либо продуманная манипуляция. Полученные данные нельзя интерпретировать без ответа на вопросы о том, как исследователь

попал в поле, кто его туда привел, кто был его проводником, какую роль ему отвели, как он ее играл, насколько глубоко он был включен в изучаемые процессы. Без ответов на эти вопросы легко принять отчет туриста, для которого организовали спектакль под названием «Экскурсия», за результаты длительного реального включенного наблюдения. Наблюдаемые люди играют для исследователя спектакль, но какой? В ответе на этот вопрос — ключ к интерпретации данных.

Исследователь, стремящийся к изучению чужого образа жизни с помощью стратегии включенного наблюдения, имеет мало шансов на полную включенность, которая предполагает не только общее настоящее с изучаемыми людьми, но и общее прошлое. Без него не может быть одинакового восприятия, понимания настоящего. Поэтому исследователь, проводящий включенное наблюдение в течение относительного короткого отрезка времени, обречен на недопонимание наблюдаемой реальности и ложные ее интерпретации. Ему нужен *проводник*, который, с одной стороны, принадлежит к местной культуре, а с другой — заинтересован в помощи чужаку. Проводник помогает исследователю взглянуть на наблюдаемые явления глазами человека, включенного в изучаемую реальность.

Прибыв в маленький американский городок на юге США, я обнаружил, что вокруг меня Америка, о существовании которой я и не подозревал. Мои глаза видели реальность, но я осознал, что обречен на ограниченное и ложное ее понимание. А что может быть страшнее для исследователя? На мое счастье, ко мне «прикрепили» пенсионера Луи Брауна, который прошел путь от мальчика из семьи арендаторов земли до проректора университета. Он много видел, много знал и стал прекрасным проводником в моей американской жизни. Я накапливал вопросы и шел к нему за разъяснениями. Когда в городе происходило что-то интересное, он информировал меня, приглашал вместе посетить мероприятие и основательно его комментировал. Он регулярно снабжал меня местными газетами. Как оказалось, читать их очень непросто. Они рассчитаны на людей, выросших в этой социокультурной реальности. Поэтому в газетах не разъясняются вещи, которые являются «само собой разумеющимися», «очевидными» для местных жителей. Читаешь текст, слова понимаешь, но осознаешь, что смысл статьи где-то в стороне. И я шел к Луи, который не жалел своего времени на толкование газетных текстов. Помимо главного проводника, у меня был еще целый ряд людей, к которым я обращался за помощью в объяснении наблюдаемых феноменов американской жизни. Каждый из них играл роль специализированного проводника: кто-то толковал наблюдаемые мною проблемы из области правосудия, кто-то разъяснял тонкости религиозной жизни, кто-то вводил в мир американских семейных проблем и т. д. Не будь этих проводников, я бы уехал из США переполненный заблуждениями и ложными интерпретациями явлений, которые видел собственными глазами.

В Германии была та же проблема: глаза видят, ум не схватывает. И мне помогали проводники. Один из них — мой коллега, университетский про-

фессор, затем — мои друзья, у которых я останавливался. Они отвечали мне на вопросы, которые в изобилии накапливались в ходе наблюдения немецкой жизни, обращали внимание на явления, события, которые не стоит пропустить. В 2005 г. я проводил включенное наблюдение общины меннонитов в ФРГ. Местные немцы характеризовали ее как закрытое и консервативное сообщество. Я долго думал, как в него попасть, но ничего толкового не приходило в голову. Совершенно случайно один из моих информантов оказался членом этой церкви. По моей просьбе он привел меня на службу, где я познакомился с целым рядом людей. Некоторые стали моими близкими друзьями, взявшими на себя функции проводников в этом необычном для меня социокультурном поле. Она брали меня на разного рода мероприятия (церковные службы, миссионерские выезды, свадьбы, фестивали, семейные посиделки, выставки и т. д.). Наличие проводников позволяло мне не только увидеть разные стороны жизни этой общины, но и получить квалифицированные разъяснения, комментарии.

Героиня фильма «Основной инстинкт» Катерин Тремел — писательница с психологическим образованием. Ее герои — убийцы и жертвы убийств. Не доверяя своему воображению, которого может быть вполне достаточно в этом жанре, она проводит настоящее исследование мира своих героев, используя включенное наблюдение. Среди ее близких друзей — две женщины, за плечами которых страшные, почти немотивированные убийства. На недоумение полицейского по поводу ее странного выбора друзей она отвечает: «Я же писательница». Она пишет книгу о бывшей рок-звезде и заводит роман с мужчиной, принадлежащим к этой категории. Потом она начинает книгу о полицейском. И снова та же технология вхождения — короткий, но бурный роман, сопровождаемый сбором газетных публикаций о происшествии, в которое оказался вовлеченным прототип, покупка копии его личного досье.

Опасность этноцентризма исследователя

Исследователь — это всегда продукт определенной культуры. В лучшем случае — двух-трех культур. В результате он смотрит на мир, опираясь на категории своей культуры, с их помощью структурирует наблюдаемое. Это по существу символическое насилие: чужой мир втискивается в чуждые ему категориальные рамки.

Ослабить эту опасность этноцентризма можно, добиваясь того, чтобы категории и субкатегории, в которых описывается наблюдаемый процесс, шли не от исследователя, а от изучаемых людей. Мир должен предстать перед читателем в натуральных красках изучаемой культуры или субкультуры, зазвучать на ее языке или жаргоне. Опасность ослабить можно, но полностью уйти от этноцентристских искажений вряд ли кому-то удастся. Правда, многие исследователи, судя по всему, об этом даже и не подозревают (по крайней мере, редко кто в отчетах пишет о содержащихся в них погрешностях такого рода). Нельзя избавиться от влияния своей куль-

туры, как нельзя сбросить свою кожу. Это влияние проникает в текст через бесчисленные поры в виде используемых слов, выбираемого ракурса зрения, фокуса наблюдения и т. д.

Само собой разумеющаяся реальность

Наблюдение особенно ценно при изучении повседневности, переполненной явлениями, действиями, которые воспринимаются участниками как «само собой разумеющиеся», «естественные». Если проводить с ними интервью, то люди эти действия могут и не вспомнить, а если сталкиваются с наводящим вопросом, то часто не в состоянии их не только объяснить, но даже описать. Попытки исследователя понять эти явления могут вызвать недоумение: *«А как еще может быть? Это же очевидно!»*.

Наблюдение позволяет зафиксировать действия, не переводимые на язык самих действующих людей. Это молчаливая логика, материализуемая в форме привычки, полуавтоматических практик. Они порою не видны самим агентам в силу их «очевидности», и только исследователь, наблюдающий реальность с позиции иного жизненного и теоретического опыта, способен эти практики увидеть и проблематизировать, т. е. и в очевидном увидеть невероятное.

Чем дольше люди взаимодействуют между собой, тем лаконичнее становится их разговор. Они все больше и больше начинают понимать друг друга с полуслова. А при высоком уровне сплочения группы порою не нужно даже и полслова. Длинную фразу, необходимую в общении незнакомых людей, может заменить выражение лица, глаз, едва уловимый жест и т. д. Значительная часть коммуникации уходит в область непроговариваемого, произносимого. В этой ситуации простая фиксация произносимых слов даст нам лишь мелкие вершины огромных айсбергов, анализировать которые как самостоятельное явление — часто довольно бессмысленное занятие.

Наблюдение позволяет вычислить существование произносимых зон, которые, тем не менее, обеспечивают логическую связность взаимодействия. Наблюдая движение «вершин айсбергов», можно реконструировать смыслы взаимодействия устойчивых, длительное время существующих групп людей, расшифровать язык их социокультурных полей. В процессе наблюдения важную роль играет стремление исследователя вслушаться в разговоры наблюдаемых людей. Пытаясь понять их смысл, он обнаруживает более или менее многочисленные зоны молчания, нагруженные смыслами. Эти зоны проблематизируются: *«Что стоит за сказанными словами? Что они имели в виду, произнося эти слова?»*.

Обнаружение невидимых и неслышимых смыслов часто невозможно без использования при наблюдении интерпретирующих интервью, в ходе которых исследователь просит участников события пояснить смысл происходящего, т. е. произнести то, что для самих участников кажется «очевидным» и «само собой разумеющимся». Наиболее эффективно с задачей обнаружения скрытых смыслов помогает справиться хороший проводник.

«Свой» от «чужака» отличается отношением к скрытым зонам коммуникации. «Свой» их легко понимает и не нуждается в комментариях. «Чужой» без посторонней помощи часто либо ничего не поймет, либо даст ложную интерпретацию. И здесь содержатся явные пределы чистого наблюдения. «Чужой» может по ходу наблюдения задавать «глупые» вопросы, не теряя лица. И в этом его преимущество. «Свой» же, решивший стать исследователем, нередко тоже понимает далеко не все, т. к. обыденное знание недостаточно для ответа на многие исследовательские вопросы. Однако в отличие от «чужака» он не всегда может задавать вопросы. Он нередко входит в поле как эксперт. И «слишком наивный» вопрос угрожает его статусу.

В начале 1990-х гг. Майкл Буравой, начинавший свое исследование в Сыктывкаре, объяснял мне: «Я как иностранец имею право на глупые вопросы. Ты как местный социолог такого права лишен».

«Свой», проводя исследование, порою вынужден имитировать понимание при отсутствии такового.

Преподаватель вуза, приходя на предприятие для проведения исследования, оказывается в противоречивой позиции: с одной стороны, он пришел сюда как эксперт, а с другой — он не может знать смысл всех практик данного предприятия. Как исследователь он видит проблемные зоны, но часто не рискует спрашивать об их смысле, боясь наткнуться на скептический встречный непроизносимый вслух вопрос: *«И вы называете себя специалистом в этой области?»*.

САМОНАБЛЮДЕНИЕ

Типы ситуаций самонаблюдения. Методологические посылки самонаблюдения. Дневник самонаблюдения. Ассоциированный исследователь. Методологический самоанализ.

Древнегреческий мыслитель Сократ когда-то сформулировал исходный принцип познания: *«Познай самого себя!»*. Человек, не понимающий своего поведения, не в состоянии понять других. Немецкий социолог Вильфред Дильтей (2000: 48) писал: *«Жизнь дана мне только как моя собственная. Илишь изнутри моей собственной жизни я понимаю жизнь вокруг меня»*.

Это позиция, противоположная позитивистской. В естественных науках бессмысленно ждать от исследователя, что он поставит себя на место изучаемого объекта (планеты или белой мыши). Там субъект и объект представляют совершенно разные реальности. При изучении общества исследователь получает возможность взглянуть на мир с колокольни изучаемых людей.

Этот метод обычно не входит в перечень, включаемый в учебные пособия. Однако в реальной жизни он встречается на каждом шагу. В повседневной жизни мы часто судим о других по себе. Мы их не понимаем, когда они поступают вопреки нашей логике. Мы их одобряем, когда их действия совпадают с тем планом, которому следовали бы мы в аналогичной ситуации. Бизнесмены, работающие с конечным покупателем, часто выбирают товар, ориентируясь на свой вкус и опыт. Отсюда обычное в малом бизнесе стремление заниматься тем товаром, который ближе к повседневным интересам самого предпринимателя. Например, женщины торгуют женским бельем, женской одеждой, мужчины чаще отдают предпочтение спортивным костюмам, автомобильным запчастям, мужской обуви и т. п.

Разумеется, далеко не везде принцип «Познай самого себя!» имеет одно и то же значение. Например, при изучении природных явлений его роль существенно ниже, чем при изучении поведения людей. Однако и в первом случае часто не уйти от познания самого себя как условия познания внешнего мира, поскольку оценка объективности получаемой информации нередко предполагает анализ механизма ее восприятия исследователем.

Исходная посылка при использовании метода самонаблюдения, самоанализа проста: «Я такой же (такая же), как другие». Даже если мы считаем себя гениями, сильно отличающимися от остальной «массы», нельзя, не впадая в психическое заболевание, не признать нашу принадлежность к тому же виду, что и наблюдаемые объекты. Я такой же, как и они, следовательно, понимая себя, я иду к пониманию других. Даже если я очень редкий тип, все равно я не одинок в своих странностях, в своеобразии.

Здесь сразу же надо сделать оговорку: через познание самого себя я только иду к пониманию. Следовательно, понять себя еще не означает понять и всех остальных. Но это уже проблема выборки и ее репрезентативности.

Типы ситуаций самонаблюдения



Схема 6. Типы исследовательских ситуаций самонаблюдения

Самонаблюдение особенно широко применимо при изучении повседневной жизни, потребления, поскольку в эту практику включены и исследователь, и изучаемые им люди. В зависимости от того, в какой мере, жизненная ситуация исследователя близка его исследовательской ситуации, можно выстроить следующую типологию.

/. **Исследователь — часть изучаемой группы.** Иначе говоря, по основным объективным характеристикам я такой же, как и те, кого я изучаю. Этот наиболее удачная ситуация для использования самонаблюдения, поскольку позволяет описывать группу в тех терминах, в которых она сама видит и описывает мир. Например, студент изучает потребительское поведение молодежи. Исследователь проводит изучение потребительского рынка города, в котором он сам живет. Даже приехав в другой город для проведения исследования тех практик, в которые мы сами тут же включаемся (то же повседневное потребление), мы оказываемся в той же исследовательской ситуации. В этом случае субъект исследования одновременно является и частью объекта. В такой исследовательской ситуации нет причин не начинать исследования с самонаблюдения. Я — это самый доступный и открытый респондент, которому можно залезть в самую глубину души, хотя открытость даже перед собой не настолько глубока, как это может многим показаться. Однако такая исследовательская ситуация чревата и существенными издержками. Длительное пребывание в одном социокультурном поле, превращение в его органический элемент лишает исследователя дистанции, которая необходима не только для понимания, но и для элементарного описания процессов. *«Лицом к лицу лица не увидать»,* — писал

С. Есенин, — *Большое видится на расстоянии*». Кроме того, такая ситуация ведет к привыканию, в результате все начинает казаться «очевидным», «само собой разумеющимся», а потому и не стоящим внимания, а тем более фиксации.

2. *Я внешний наблюдатель изучаемой группы.* Исследователь в этом случае не является частью изучаемого объекта. Такая ситуация возникает, когда профессиональный обществовед приходит для проведения исследования на предприятие, приезжает в чужую страну, изучает социальную общность, к которой не принадлежит (этническую, возрастную, профессиональную и т. д.). Здесь в зависимости от условий могут выбираться две стратегии самонаблюдения как в альтернативном варианте (либо - либо), так и во взаимодополняющем (и одна, и другая).

а) *Эксперимент включенного наблюдения.* Исследователь изучает чужую (внешнюю) группу, но у него есть возможности на время стать ее частью (например, временно устроиться на работу на исследуемое предприятие, стать покупателем, потребителем той продукции, рынок которой является объектом исследования).

б) *Эмпатический эксперимент.* Он полезен в тех случаях, когда по тем или иным причинам стать членом изучаемой общности невозможно. Так, я не могу при всем желании стать подростом, изменить пол, резко разбогатеть, приобрести новую сложную профессию, сменить национальность и т. д. В таких ситуациях на помощь приходит социологическое и психологическое воображение. Я не могу быть в той статусной позиции, но я могу представить себя в ней, смоделировать чувства, которые возникли бы у меня, будь я там, мои поведенческие реакции в той ситуации. Эмпатический эксперимент позволяет понять другого через понимание себя. Он такой же человек, как и я. Как бы я повел себя на его месте? Это методология анализа, которой умные люди постоянно пользуются в своей повседневной жизни. В научном исследовании сохраняется та же логика, но глубина ее применения существенно иная. Возможности эмпатического эксперимента весьма ограничены. Он не позволяет получать факты, которыми можно оперировать в отчете. Его функция ограничена выдвижением гипотез и формулированием проблем для программы: *«Я на их месте испытывал бы такие чувства и вел бы себя следующим образом... А чем отличаются их реальные реакции на ситуацию от моей предполагаемой?»*.

Методологические послылки самонаблюдения

Цель социологического самонаблюдения — понимание других. Я смотрю в зеркало собственной души и яснее вижу смысл и причинные связи в поведении других людей. Это понимание по принципу аналогии: если я

воспринимаю, думаю, действую таким образом, то вероятно, что и другие люди живут аналогичным образом.

В основе самонаблюдения как научного метода лежит простая посылка: Я такой же, как и изучаемые мною люди, поэтому, изучая себя, я делаю первый шаг в изучении их. Даже считая себя гением, исследователю стоит исходить из того, что на Земле есть и другие гении, составляющие, таким образом, тип гениальных. Пусть он будет немногочисленным, но он существует и достоин изучения. Эта посылка неприемлема для тех, кто относит себя к элите и смотрит на «массы» как на совокупность людей, принципиально отличных от него. Действительно, каждый человек уникален (как и каждая капля воды), но это не отменяет того факта, что у всех людей есть более или менее общий знаменатель, а если эти люди принадлежат к одной социокультурной общности, то этот знаменатель становится очень значимым.

Посылку о схожести исследователя и изучаемых людей нельзя абсолютизировать. Это приведет к широко распространенной в повседневной жизни ошибке: люди судят о других только по себе. (Например, для меня смысл жизни в деньгах, значит и остальные люди живут ради этого.)

Посылка о схожести исследователя с изучаемыми людьми уравнивается противоположным тезисом: Я — один из нескольких (или многих) возможных типов. Отсюда вытекает следующая исследовательская логика: Я — это тип X, а какие еще бывают типы? Таким образом, самоанализ во многих исследованиях может выступать отправной точкой для формулирования программы, ее целей и задач.

Нельзя понять себя, не пытаясь одновременно понять других. Любое определение строится на явном или скрытом сравнении. В самом слове «Я» в скрытом виде содержится характеристика «Другого»: Я — не он, я иной, нежели он. Описать себя нельзя, не представляя себе Другого.

Если Я — это один из многих типов, то как самонаблюдение, так и наблюдение акцентируются на поиске отличий между типами. Когда я говорю: Я — это X, то под этим подразумевается: Я не такой, как Y, Z и др. Но в чем не такой? На этот вопрос и должно ответить дальнейшее исследование.

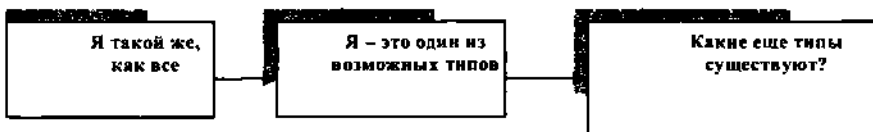


Схема 7. Логика использования самоанализа

Дневник самонаблюдения

Основным исследовательским инструментом при использовании данной методики является дневник самонаблюдения, который ведет исследователь. Оптимальный вариант — дневник, в котором записи делаются

систематически и подробным образом. В дневнике самонаблюдения сбор и анализ материала тесно переплетаются, оторвать одно направление от другого фактически невозможно. Основные элементы такого дневника следующие:

1. Детальное описание изучаемых процессов, в которые оказывается погруженным исследователь.

2. Описание спонтанных эмоциональных реакций, которые вызывают эти процессы.

3. Описание поведенческих реакций на них.

4. Интерпретация событий и своего поведения в них по горячим следам.

В отличие от обычного исследовательского дневника (записных книжек) здесь акцент делается на попытке понять свое поведение в изучаемых ситуациях. Здесь главный герой — Я, наблюдающий, действующий, пытающийся понять.

В дневнике важна интерпретация событий именно по горячим следам (в противном случае это будут мемуары). Дело в том, что в этом случае вы ставите себя в ситуацию человека с ограниченной информацией и ограниченным временем на ее осмысление. Именно такая ситуация является типичной для большинства людей как в повседневной жизни, так и в экстремальных условиях. В дальнейшем по ходу проведения исследования наши оценки все более опираются на накопленный опыт осмысления и удаляются от реакций и интерпретаций большинства.

В основе удачного дневника самонаблюдения лежит способность исследователя быть честным с самим собой. Он должен научиться снимать шоры стереотипов, избавиться от склонности видеть вещи, реакции, чувства как «очевидные», «само собой разумеющиеся». Например, в своем потребительском поведении люди обычно не могут избавиться от зависимости от мнения окружающих, от стремления нравиться им. Часто даже наедине с собой они объясняют свои действия своим «свободным выбором», «личным вкусом» и т. д. и не признаются в наличии (пусть даже не очень осознаваемых) элементов стремления «быть не хуже», «выделиться» и т. д. Самонаблюдателем может быть только духовно сильный человек, не боящийся быть таким, как он есть, не бегущий от себя настоящего к себе придуманному.

Ассоциированный исследователь

Эмпатический эксперимент обладает очень ограниченными возможностями изучения внешней социальной общности. Расширить возможности метода самонаблюдения в такой ситуации можно посредством вовлечения в исследование отдельных членов изучаемой группы в качестве своего рода ассоциированных исследователей. Для этого им предлагается, оставаясь в своей группе, осуществлять самонаблюдение.

Этот метод давно используется в статистике при проведении исследований бюджетов семей. Человеку, ведущему семейный бюджет, поручается

за определенное вознаграждение систематически вести фиксацию всех семейных доходов и расходов. Акцент делается на простой информации: откуда и сколько денег поступило, что и по какой цене было куплено. Однако эти результаты обрабатываются с помощью количественных методов.

Аналогичное вовлечение в исследование членов изучаемой группы может применяться и при использовании качественных методов. Здесь используются два разных варианта: систематическое, продолжительное (лонгитюдное) самонаблюдение и разовое самонаблюдение по узкому заданному сюжету.

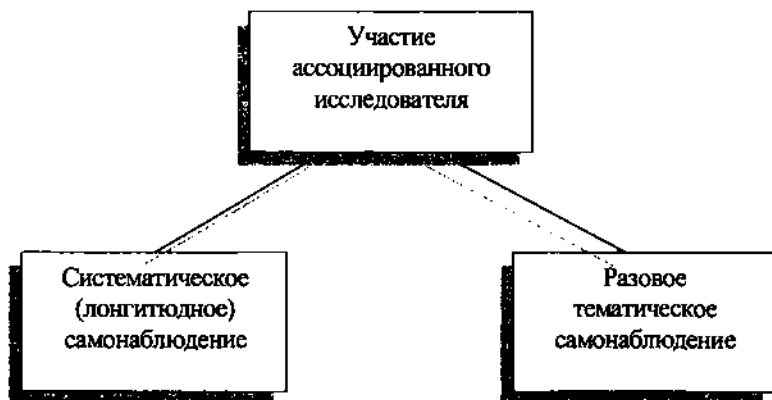


Схема 8. Формы участия ассоциированных исследователей

Наиболее эффективной формой длительного (лонгитюдного) самонаблюдения такого типа является ведение дневника. Ассоциированный исследователь систематически заполняет дневник, в котором фиксирует:

- 1) все события в рамках изучаемой проблемы, в которые он был вовлечен;
- 2) свои эмоциональные и поведенческие реакции на эти события;
- 3) свою интерпретацию этих событий.

Дневник ассоциированного исследователя по своей значимости отличается от дневника собственно исследователя. Его автором является человек, не занимающийся профессионально исследованиями, а потому приближающийся по способам восприятия реальности к большинству.

М. Киблицкая, проводившая сравнительное исследование двух предприятий (английского и русского), вовлекла в работу кузнеца московского вагоноремонтного завода, который вел дневник, где фиксировал события повседневной трудовой жизни.

В мое исследование адаптации российских немцев в Германии я вовлек свою бывшую студентку, которая вместе с семьей выезжала туда на постоянное местожительство. События, эмоциональные реакции и их интерпретация фиксировались ею в дневнике самонаблюдения. Здесь она одновре-

менно выступала и как исследователь, и как объект (индивид, вовлеченный в длительный процесс иммиграционной адаптации).

Разовое тематическое самонаблюдение — более простой вариант, не требующий большой подготовки ассоциированного исследователя. Некоторым представителям изучаемой группы предлагается детально описать ту или иную ситуацию, в которую они были вовлечены или вовлечены в настоящий момент.

В организованном мною исследовании потребительского поведения провинциальных студентов участвовало немало юношей и девушек, которые писали разовые очерки, посвященные наблюдению себя в тех или иных потребительских ситуациях. Одна из самых типичных тем — «История одной покупки».

Отборассоциированногоисследователя. Если в качестве респондента может выступать почти любой член изучаемой группы, то отбор ассоциированного исследователя — более сложная процедура. В этой роли может выступать только индивид, способный к наблюдению и самоанализу, т. е. обладающий далеко не самыми распространенными качествами.

Самый простой способ отбор — конкурсный. Большой группе предлагается написать очень короткий очерк на заданную тему (например, «История одной покупки»). Задание сопровождается детальным описанием требований к качеству. В противном случае даже очень способный человек может не справиться с работой, ориентируясь на неверно сформулированные ожидания заказчика. Потом из авторов очерков отбираются способные к самонаблюдению и самоанализу для последующего их обучения.

Суть обучения состоит в систематическом совместном анализе проделанной работы, постановке руководителем дополнительных вопросов, направляющих внимание ассоциированного исследователя в нужное русло, обращающих его внимание на важные детали.

Этот подход я применял в исследовании жизненных стратегий и повседневных практик молодежи мегаполиса. Заметную роль в сборе материала сыграли молодые исследователи, которые проводили глубинные интервью и наблюдения. Они изучали ту среду, к которой принадлежали, по крайней мере, ту же социально-возрастную группу. Обучение включало в себя проведение с ними интервью по тому же гайду, по которому им предстояло работать, а затем тщательный разбор этого гайда. Кроме того, осуществлялся совместный анализ транскриптов, а иногда и звукозаписей интервью.

Методологический самоанализ

Как это ни скорбно признавать, но инструмент, которым располагает исследователь, всегда намного примитивнее той реальности, которую он изучает. Это неизбежно ведет к ее упрощению. Кроме того, субъективность исследователя неизбежно накладывает отпечаток на процесс ис-

следования. И честный ученый не может уйти от признания этого факта, принижающего ценность его работы, снижающего ее научный статус, обычно ассоциируемый с объективностью.

Наблюдая себя как орудие научного познания, исследователь определяет меру погрешности, имеющуюся в его исследовании. Эта погрешность, обусловленная личными особенностями исследователя, проявляется и в количественных, и качественных исследованиях. Правда, формы ее проявления различны.

Одна из распространенных погрешностей связана с этноцентризмом: исследователь не в состоянии полностью освободиться от своей личности, сформированной социализацией в определенном наборе социокультурных полей (страна, город, класс, профессиональная группа, семья и т. д.). И он смотрит через эту призму на изучаемую им иную реальность.

Признание неизбежности этой погрешности не ведет с жесткой необходимостью к радикальному релятивизму и к отрицанию возможности получения объективных данных. Просто исследователь, осознающий свой этноцентризм, скрупулезно анализирующий его как помеху на пути научного познания, дает читателю своих текстов возможности для корректировки.

Методологический самоанализ уместен в качестве красной нити, идущей через весь текст научного отчета. Он может стоять за каждым фактом, за каждым выводом. Такой подход тесно связан с научным скептицизмом и рискованной открытостью. Исследователь показывает всю «кухню» получения фактов и построения теории. Это опасно, т. к. в любом исследовании полно методических огрехов, обусловленных самыми разными причинами. Поэтому в сообществе обществоведов публичный методологический самоанализ непопулярен. В научных работах авторы стремятся свести методологические рассуждения к перечислению использованных методов сбора информации и упоминанию объема выборки. При выходе же на широкое общественное пространство типичными стали формулы «как установили социологи (политологи, психологи и т. п.)», «согласно данным социологов», «как показал опрос» и т. д. При этом научное сообщество не возражает против такой подачи своих результатов, уводящих в сторону от вопроса: *«А как получены данные? Насколько они достоверны?»*.

СТАДИИ НАБЛЮДЕНИЯ

Вхождение в поле. Проводник. Описательное наблюдение (гран-тур и мини-тур), фокусированное, избирательное наблюдение. Интервью в процессе наблюдения.

Вхождение в поле при невключении наблюдением

Любое наблюдение начинается с вхождения в поле. Для невключенного наблюдения оно существенно легче, чем для включенного. Но и последнем случае это важная стадия, от которой во многом зависит успех исследования. Исследователь, собирающийся наблюдать то или иное социокультурное поле, нуждается, во-первых, в человеке, который откроет ему путь в это поле, и, во-вторых, в *проводнике*, который поможет ориентироваться в самом поле и обеспечит интерпретациями наблюдаемых явлений с точки зрения инсайдера. Описать технику вхождения наблюдателя в поле проблематично, т. к. каждый раз возникают особые проблемы и особые пути их решения. Здесь роль играет не столько техника, сколько искусство. У одних это получается легко и просто, для других все двери постоянно закрыты. Разумеется, искусство вхождения в поле — это синтез врожденной коммуникабельности, способности располагать к себе людей и навыков, выработанных в результате многократного повторения этой процедуры.

Открытие входа в поле часто проходит успешно через внешние социальные сети, включающие ответственную фигуру из интересующего нас социокультурного поля.

В американском университете я был хорошо знаком с преподавателем, который читал курсы, посвященные социальным проблемам и исправительной системе США. Как-то я начал расспрашивать его об американских тюрьмах (вопрос о доступе туда мне даже не приходил в голову). Он отвечал на мои вопросы и сказал, что в принципе можно съездить в местную тюрьму, где у него есть знакомые. Я ухватился за эту возможность. Поездка состоялась. Нам показали тюрьму, ее обитателей, познакомили с рядом работников. Я тут же договорился уже с новой знакомой — заместителем начальника тюрьмы — о возможности повторных посещений и интервью. Она согласилась. После этого я ездил в тюрьму, уже не прибегая к помощи коллег, открывшего мне двери в это весьма закрытое поле.

Там же, в США, моя коллега познакомила меня со своим приятелем — директором по управлению персоналом бумажной фабрики. Он когда-то изучал русский язык, интересовался Россией. Я спросил его о возможности посещения фабрики. Он ответил, что все организует. Во время вводной экскурсии он познакомил меня с разными людьми, работавшими там, и дал согласие на мои регулярные посещения этого объекта. В дальнейшем я приезжал на фабрику к нужным мне людям, уже не отвлекая его от дел для организации моего исследования.

Другой вариант вхождения в поле — поиск в нем наиболее открытых организационных единиц. На предприятиях это могут быть работники менеджмента, отвечающие за связь с общественностью. В их служебные обязанности обычно входит организация контактов предприятия с людьми, которые могут влиять на общественное мнение через свои исследования или журналистские публикации. Многие фирмы охотно идут на организацию разовых экскурсий для них.

Именно через эти каналы мне удавалось попадать на британские и германские предприятия (правда, эти каналы использовал я не сам, а мои местные коллеги). В ходе исследования шахтерского движения в России я вышел на человека, отвечавшего за связи с общественностью в акционерном обществе. После беседы со мной он помог выйти на других руководящих менеджеров.

Другое относительно открытое для внешнего мира звено фирмы — ее профсоюзный комитет. Как правило, у него нет коммерческих тайн, а его руководители заинтересованы в информировании общественности о своем существовании и деятельности. На целый ряд предприятий России мне удалось попасть именно через профсоюзные комитеты.

Местные сообщества — это формально открытые социокультурные поля. Города и другие населенные пункты не имеют стен, проходных и жестких правил охраны государственной и коммерческой тайны. Однако проникнуть вглубь, увидеть, как и чем живут там люди, не менее сложно, чем пройти через двери закрытого предприятия. Город открыт только лицами бесчисленных анонимных прохожих, бегущих куда-то по своим неизвестным для чужака траекториям. Внешнему наблюдателю открыты уличное движение, магазины, рестораны и т. д. Но более серьезные формы взаимодействия разворачиваются за закрытыми дверями фирм и частных домов, квартир. Хорошим и проверенным способом вхождения в такие поля являются церковные общины. Обычно это наиболее открытые для чужаков участки границы местного социокультурного поля.

В храм Церкви Христа, расположенный в районе компактного проживания афроамериканцев, я пришел, не имея там ни одного знакомого, не представляя, что там за люди и как меня встретят. Но у входа ко мне подошли активисты церкви. Расспросили: кто, откуда? Тут же представили пастору. Служба началась с того, что пастор сообщил всем собравшимся (более сотни человек), что у них в гостях Владимир Ильин из России. Меня показали всем собравшимся. С этого момента я мог уже подходить к любому человеку с вопросами. Я перестал быть посторонним и перешел в статус гостя.

В ряде случаев функцию открытия поля среднего уровня (города, профессиональной среды и т. д.) могут играть клубы.

В США мой приятель периодически брал меня на заседания ротари-клуба своего городка. Еженедельное заседание проходило в ресторане.

Состав едоков за каждым столом постоянно менялся (отсюда и слово «ротари» — «вращение»). В течение трапезы люди познакомились, обменивались визитками и активно общались. Кроме того, в середине встречи организовывалось представление какого-нибудь интересного человека, который выступал с рассказом о деятельности своей фирмы или учреждения. Посещение клуба позволяло быстро и просто выйти на нужных людей и наладить контакты. Когда я с тем же приятелем приехал в другой город, мы сразу пошли в местный ротари-клуб. Нас расспросили о наших интересах и занятиях, предложив после этого сесть к тем людям, которые нам показались нужными или интересными. В России такие клубы уже появляются. Большого распространения они пока не получили, но они есть и порою могут быть полезными для вхождения в поле. Так, попав в один из клубов бизнесменов в северном городке, я получил возможность в качестве гостя тренироваться в зале, париться в сауне, а потом провести интервью в баре и наблюдать изнутри досуг местных предпринимателей.

Кейс-стади пассажирского автотранспортного предприятия мы начинали в 1989 г., выполняя заказ парткома и профкома. С одной стороны, это открыло формальные двери проходной. Мы получили доступ ко всем участкам предприятия. Но с другой стороны, рабочие увидели в нас людей администрации, что обеспечивало закрытие перед нами их жизненных миров. Потребовалось немало усилий по дистанцированию от инициаторов исследования и приобретению независимого статуса.

Наблюдение проходит несколько стадий, различающихся степенью его избирательности. Совокупность этих стадий не представляет собой жесткий и неразрывный блок. В зависимости от целей и возможностей исследования возможны разные варианты сочетания стадий и изолированного их использования. При полном цикле наблюдение проходит стадии, представленные на схеме ниже. В дальнейшем при анализе этого вопроса я опираюсь на логику, предложенную Spradley, но это не означает, что он отвечает за ее интерпретацию в данном разделе книги.

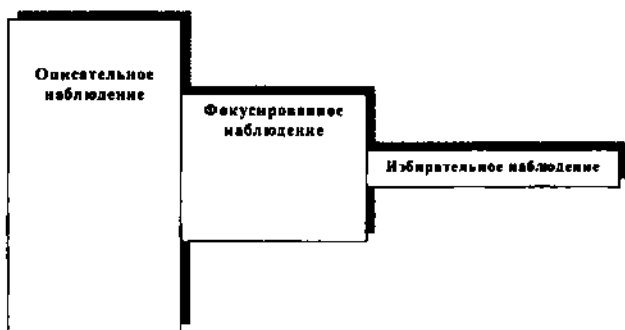


Схема 9. Динамика включенного наблюдения (Spradley 1980: 34)

В основе наблюдения лежит исследовательский вопрос. Исследователь сам себе его задает и, наблюдая, отвечает на него. Такие вопросы структурируют наблюдение. Каковы вопросы, таково и содержание наблюдения. Поспешность с формулировкой исследовательского вопроса чревата сбором только поверхностной информации. В процессе наблюдения, идущего от стадии к стадии, исследовательские вопросы сужаются, становятся более конкретными, фокусируются на деталях изучаемого процесса.

1. Описательное наблюдение

Целью описательного наблюдения является общий, вводный анализ изучаемого объекта в самом широком контексте. Его особенность — концентрация внимания наблюдателя на связях объекта с внешним контекстом и выявление его макроструктуры.

В зависимости от характера объекта описательное наблюдение проводится в двух основных видах: гран-тур и мини-тур (Spradley 1980: 78-79).

(a) Наблюдение Grand tour

В процессе такого описательного наблюдения осматривается весь объект целиком. Аналогичное наблюдение проводит, например, путешественник, прибывая в незнакомую страну. Он не ведет систематическое исследование, регулируемое строгими процедурами. Он знакомится с разными сторонами жизни страны исходя из того, что без определенного контекста нельзя понять наиболее важных для него частностей.

В ходе такого наблюдения определяются основные характеристики наблюдаемого объекта *{матрица описательного наблюдения}*:

- место расположения объекта, размещение, пространственная структура;
- действующие лица (например, общая характеристика персонала предприятия);
- наблюдаемая на объекте активность;
- материальная среда;
- события в период наблюдения;
- последовательность событий (т.е. временная характеристика объекта);
- цели, которые наблюдаемые люди пытаются достигнуть;
- наблюдаемые чувства, эмоции людей, находящихся на объекте;
- собственные чувства, оценки исследователя, возникшие в период наблюдения.

При проведении исследования шахтерского движения Воркуты я начал с самого широкого знакомства с городом, с разными сторонами его жизни и различными категориями людей. Я бродил по городу, старался пообщаться с максимумом местных жителей, ездил с горноспасателями на рыбалку в тундру. Читал от корки до корки местные газеты, знакомился с публикациями по истории Воркуты. Общался с профсоюзными лидерами, менеджера-

ми, рабочими разных профессий и предприятий (в том числе не имеющими никакого отношения к угольной промышленности), брал интервью даже у местного мафиози, у бывшего охранника лагеря сталинской эпохи, у бывшего каторжника и т. д. В ходе этого этапа наблюдения я вел себя как любознательный путешественник, перед которым стоял один, но очень широкий вопрос: «Что собой представляет этот город, шахтерское движение которого мне предстоит исследовать?» Параллельно складывалось общее впечатление о социальной структуре угольной промышленности города.

В исследовании этничности российских немцев гран-тур представлял собой общее знакомство с Германией: ее географией, культурой, образом жизни и особенно с тем городом, где проводилась основная часть полевого исследования. Без этого общего знакомства не имело смысла браться за частную тему. Нельзя понять жизнь переселенцев в Германии, не интересуясь тем, что собой представляет данная страна, как живет ее коренное население. В то же время складывалось впечатление о формах интеграции переселенцев в жизнь страны, о внутренней структуре этой группы.

(б) Наблюдение Mini-tour

В этом типе наблюдения изучаемый контекст сужается. Здесь почти нет внешнего контекста, выходящего за пределы объекта исследования. Однако сам объект многомерен, и предмет исследования — это лишь одна из многих его сторон. Поэтому внимание по-прежнему концентрируется на контексте, но это внутренний контекст объекта исследования, выступающий как формы связи, взаимозависимостей разных его сторон.

При изучении шахтерского движения этап мини-тура означал сужение круга наблюдаемых явлений до угольной промышленности. На этом этапе своего исследования я сконцентрировал усилия на организации контактов с угольными предприятиями города. Предметом исследования было шахтерское движение, но его контекст включал организационную структуру отрасли, ее техническое оснащение, динамику заработной платы, переселение шахтеров из Заполярья в более южные районы, структуру менеджмента и профсоюзных организаций, образ жизни шахтеров и т. д. Иначе говоря, в центре внимания был контекст, но ограниченный рамками изучаемого объекта — угольной промышленности города.

Фокусированное наблюдение

На этой стадии наблюдение сужается (фокусируется) до предмета исследования. Выделяют поверхностное наблюдение максимально возможного числа объектов и углубленное наблюдение нескольких объектов и попутное наблюдение общего контекста в целом.

В фокусированном виде наблюдение сужается до более или менее конкретных тем, представляющих собой составные части темы исследования. В основу наблюдения кладется структурный вопрос, направленный на выявление всего перечня субкатегорий (в описательном наблюдении

задача достижения полноты не ставится). Особое внимание уделяется выявлению тех субкатегорий, которые не выявились при описательном наблюдении.

В исследовании шахтерского движения на этом этапе в фокусе наблюдения были в основном только трудовые отношения. Все остальное принималось во внимание только в качестве факторов, влияющих на отношения шахтеров и менеджеров, угольщиков и власти.

В исследовании этничности российских немцев в ФРГ я сфокусировал внимание на вопросе о том, чем они отличаются от коренного населения. Этот ракурс был обусловлен конструктивистской методологией: этничность — это, прежде всего, процесс конструирования границы между «нами» и «ними».

Избирательное наблюдение

На этой стадии наблюдатель выдвигает более конкретные вопросы. Наблюдаются отдельные элементы объекта исследования, представляющие особый интерес в данный момент (например, там что-то происходит важное для понимания темы). К этому моменту структура предмета исследования уже более или менее ясна, поэтому фокус сдвигается в сторону глубины наблюдения с целью выявления механизмов, скрытых пружин, интерпретации поверхностно наблюдаемых явлений.

В ходе избирательного наблюдения берутся отдельные элементы предмета, но исследователь постоянно держит в голове вопрос о том, чем отличается данный элемент от других. Является ли он уникальным или типичным? Можно ли выводы, полученные в ходе его наблюдения, распространить на другие элементы?

Вопросы, ставящиеся в процессе избирательного наблюдения, часто слишком сложны, чтобы можно было полностью довериться своим глазам. Поэтому на данной стадии активно используются *неформализованные интервью*. Их цель — получить от изучаемых людей интерпретацию наблюдаемых явлений. Часто в ходе таких интервью ключевое место занимают такие вопросы: «Что это такое? Что там происходит? Правильно ли я понимаю, что это ...?»

Интервью в ходе наблюдения может иметь разные формы. На одном полюсе континуума — очень короткая беседа с участниками наблюдаемого процесса (например, несколько вопросов, заданных в очереди). В этом случае только исследователь знает, что это была не просто болтовня, а небольшое интервью. Если друзья и знакомые участвуют в изучаемом процессе, то это лучший способ уточнить, углубить его понимание. На другом полюсе — глубинные интервью, специально организуемые в назначенное время и в назначенном месте.

Все информанты являются включенными наблюдателями, обычно не подозревая о своей роли. Исследователь, беседуя с ними, мобилизует их потенциал как наблюдателей (Spradley 1980: 124). Привлекая информан-

тов для интерпретации наблюдаемых явлений, исследователь обеспечивает триангуляцию: он смотрит на объект не только своими, но и чужими глазами. Возникающие в результате противоречия — хорошая основа для уточнения матрицы наблюдения и формулировки вопросов к участникам исследуемых процессов.

После осмотра Грозного (накануне первой Чеченской войны) мое внимание привлекает митинг у президентского дворца. Наблюдение становится избирательным. В центре вопрос: что здесь происходит? Собравшиеся люди возбуждены. Они ведут активные разговоры между собой и с людьми, периодически выходящими из президентского дворца. Толпа тяготеет к двери, откуда выходят люди в деловых костюмах, подпоясанные офицерскими ремнями с пистолетами. Все общение идет на чеченском языке. Потенциал простого наблюдения быстро исчерпывается. Ясно, что люди ждут раздачи каких-то денег и взволнованы задержками в этом процессе. Выбираю человека, который, как мне кажется, открыт для общения. Задаю ему один вопрос, другой. Он объясняет происходящее на площади: участники недавних стихийных выступлений, приведших к изменению структуры власти, ждут оплаты своей политической активности. После этого зашел разговор со стоявшим на посту солдатом, охранявшим президентский дворец. Поскольку чеченская армия не была перегружена знанием уставов, мы спокойно сидели с ним на ступенях дворца и беседовали. Он ввел наблюдаемое событие в более широкий контекст ситуации в Чечне.

Для интерпретации наблюдаемого процесса подходит не каждый человек. Это должен быть участник события, т. е. по сути дела включенный наблюдатель. Он включен, но не настолько, чтобы быть не в состоянии отвлечься. У него на лице, в поведении проявляется некоторое дистанцирование от происходящего, что позволяет ему критически описывать наблюдаемое явление.

Находясь в чужом социокультурном поле, исследователь может столкнуться с проблемой ограниченного понимания коммуникативной системы этого поля. Нередко возникает неверное ее понимание, сочетающееся с иллюзией ясности.

Английская аспирантка, проводившая длительное исследование жизни рабочих в шахтерском поселке в Кузбассе, как-то вернулась после посещения одной семьи в крайнем возмущении, которым она позже поделилась со своими русскими коллегами:

— Представляете, он в присутствии своей жены предложил мне вступить с ним в половую связь!

— А что он сказал?

— Давай с тобой трахнем!

Когда ситуацию разобрали, оказалось, что он просто предложил ей выпить.

Роль проводника

При любом типе наблюдения желательно иметь проводника в наблюдаемом поле. Глаз постороннего сталкивается с риском неверной интерпретации или полного непонимания того, что происходит. При его наличии исследование идет следующим образом. Исследователь видит какие-то социокультурные феномены. Их интерпретация идет с помощью проводника, который включен в изучаемое поле или гораздо ближе исследователя к нему. Если его знаний недостаточно, то проводник обращается за разъяснением к наблюдаемым людям. Это особенно важно при наличии языкового барьера или закрытости поля с помощью иных механизмов.

В 2005 г. я с сыном участвовал в пешей экспедиции по глубинным районам Непала. Две недели мы передвигались от одного высокогорного гималайского селения к другому. Перед нами открывался социальный мир, который очень слабо соприкасался с моим предшествующим жизненным опытом. В группе нас было четверо: двое русских и двое непальцев. Один из сопровождавших нас жителей Непала выполнял функции проводника. Он отлично говорил по-английски (выпускник индийского колледжа), хорошо знал местную этнографию, историю, религию. Все, что мы видели, он объяснял. Если его знаний не хватало, обращался к тому или иному жителю села, который не понимал по-английски. Трудно представить, насколько меньше бы информации мы получили, насколько больше было бы ложных впечатлений, если бы не наш гид.

ТЕХНИКА НАБЛЮДЕНИЯ

Категории и субкатегории, матрица наблюдения. Описательное, фокусированное и избирательное наблюдение. Техника обострения зрения наблюдателя: сравнение, выявление контекста, следствий. Личность наблюдателя. Занятие чужой позиции. Полевые материалы. Знаки и символы в наблюдении.

Техника включенного и невключенного наблюдения по существу очень схожа, хотя обычно в работах по качественным методам рассматривается только первый тип наблюдения. Это, конечно, неверно. Исследований с использованием стратегии включенного наблюдения в социологии довольно мало. В основном используется наблюдение, осуществляемое исследователями, входящими в поле на правах краткосрочных гостей. Назвать это включенным наблюдением можно только с очень большими натяжками. Однако это в принципе не очень важно, когда речь идет не о стратегии, а о технике наблюдения. Она примерно одна и та же и у включенных, и периодически приходящих (наезжающих) исследователей.

Структурирование наблюдаемых процессов

Цель наблюдения — понимание изучаемых процессов. М. Вебер выделял описательное и объяснительное понимание. С помощью наблюдения решается в первую очередь задача описательного понимания. Понять — это отнести наблюдаемое явление к тому или иному классу, типу, обозначаемому с помощью слов.

Основа техники качественного наблюдения - выделение категорий и субкатегорий. **Категория** — это словесное определение предмета наблюдения. В ней содержится ответ на вопрос: «Что наблюдать?» Сдвиги в определении категории смещают угол зрения исследователя. Отсутствие четко сформулированной категории делает наблюдение беспредметным. Наблюдается прежде всего то, что бросается в глаза. Однако бросается в глаза все яркое и необычное, в т. ч. и явления, не относящиеся к теме исследования. Поэтому четкая и ясная формулировка категории дисциплинирует исследователя, позволяет ему не упустить важное и, пропустив то, что не относится к делу, сэкономить время и силы. **Субкатегории** — это элементы категории наблюдения, фокусирующие внимание на основных направлениях, раскрывающих содержание темы. Основным инструментом исследователя — **матрица наблюдения**, представляющая собой логически стройную совокупность используемых категорий и субкатегорий, форм связи между ними.

Конструируемая исследователем матрица накладывается на наблюдаемый объект. Это обеспечивает структурирование объекта. Он сам по себе не содержит однозначной структуры. В нем всегда можно выделить их

по

более или менее существенное количество. Матрица же представляет собой выбор той структуры, которая имеет отношение к раскрытию темы нашего исследования. Разные матрицы — разные результаты наблюдения одного и того же объекта. Матрица структурирует процесс наблюдения и получаемые результаты.

Степень проработанности матрицы наблюдения варьируется в зависимости от типа исследования. В этнографическом исследовании степень структурирования минимальна. Здесь объект наблюдения описывается в свободной форме с максимальной детализацией. Главным структурным элементом является тема, которая выражается в категории наблюдения. Иначе говоря, это ответ на вопрос: «*Что наблюдать?*».

Наиболее тщательно и детально структурирование проводится в исследовании, осуществляемом в жанре обоснованной теории (Grounded Theory). Здесь основательно прорабатываются все процедуры наблюдения, что приближает такое качественное исследование по строгости и четкости к количественному исследованию, опирающемуся на жесткие методы.

Наличие глаз еще не означает способности наблюдать. Разные люди в одном и том же объекте часто видят совершенно разные вещи. Нередко один из них не видит ничего существенного, реагируя вопросом: «Ну и что?». Умение наблюдать — это навыки и искусство. С одной стороны, развитие этой способности требует знания некоторых основ техники, а с другой — это искусство, которое приходит в результате тренировки и в меру способностей наблюдателя. Рассмотрим процесс конструирования матрицы наблюдения более подробно.

После выбора объекта встает вопрос: что наблюдать? Часто это очень сложный вопрос. Ответ на него облегчается, если мы используем матрицу наблюдения. Это, по сути дела, программа кодирования наблюдаемой реальности.

Первый шаг — *конструирование понятий*. Это выделение из наблюдаемого потока различных феноменов, имеющих отношение к изучаемой теме, и наклеивание на них ярлыков. В качестве феноменов могут выступать люди, события, вещи — все что угодно. В результате мы переводим наблюдаемый процесс на язык понятий. Сама реальность воспринимается нами в виде зрительных образов, картинок. Современная же наука работает с понятиями. Поэтому в процессе наблюдения мы навешиваем на мелькающие перед нашими глазами картинки ярлыки-понятия.

Как это происходит? Наблюдая, мы выделяем отдельные элементы процесса и задаем себе вопрос: «Что это такое?» И отвечаем, давая названия схваченным явлениям. Названия отражают их важные, с нашей точки зрения, черты.

Объект включенного наблюдения — «качалка» (далее понятия-ярлыки выделяем подчеркиванием), т. е. спортзал, оборудованный снарядами для тренировки мышц. В англоязычных странах такие заведения называют «Gym». Наблюдая «качалку», мы видим картину, в которой стремимся

выделить максимум деталей. Наблюдение начинается еще на подходе. Зал расположен в спортивной комплексе на окраине города. Рядом с ним всегда стоят легковые автомобили посетителей. Большинство — иномарки, заметная часть — достаточно дорогие модели. В вестибюле «качалки» — стойка (своего рода пульт управления), за которой сидит либо мужчина с огромными мышцами — «качок», либо тренированный, но не очень накачанный парень («начинающий качок»), либо тщательно накачанная женщина («культуристка»). Мы обозначаем их как «организаторов». Они принимают оплату или абонементные карточки, продают минеральную воду в бутылках, различного рода пищевые добавки. Стены вестибюля увешаны цветными афишами: соревнования по бодибилдингу, пауэрлифтингу и боям без правил. За вестибюлем — коридор. Его стены обклеены фотографиями полубоюженных членов клуба, держащих спортивные снаряды, кубки или просто позирующих. Тут же грамоты победителям различных чемпионатов, поздравления с победами, в т. ч. и на уровне чемпионата мира по пауэрлифтингу. В «качалку» ходят посетители, которые ведут себя по-разному. Одни приходят, здороваются, покупают разовую тренировку, пытаются понять, куда идти. Обозначаем их как «новичков». Есть и те, кто показывает абонементные карточки, но общается с персоналом («организаторами») сугубо поверхностно: «Здравствуйте», «Можно бутылку воды?», «Спасибо». У них обычно спортивные фигуры, но на культуристов они не похожи. Обозначаем их как «постоянных клиентов». Есть здесь заметная группа людей с мощными мышцами, легко проглядывающимися даже под зимней одеждой. Они по-дружески здороваются с «организаторами», жмут им руки, болтают. Называем этих людей «активом».

Аналогичным образом наблюдаем жизнь в раздевалке, зале, сауне. Что-бы описать то, что мы видим, мы должны разбить процесс на детали и каждой из них присвоить имя. В одних случаях это само собой разумеющееся понятие (например, «афиша», «иномарка»), в других — мы придумываем ярлык (например, «организаторы»).

В результате получается простейшая картинка, создаваемая по принципу «Что вижу, то и описываю». Но описание с помощью слов — это уже анализ, предполагающий перевод зрительных образов в понятия. Кроме того, это расчленение единой картинки на детали. И это тоже анализ. Можно сказать просто: «Вестибюль», а можно заметить в нем много деталей, важных для понимания изучаемого явления. На этом этапе понятия разного масштаба и характера переплетаются, частично накладываются друг на друга в виде синонимов.

Следующий этап — *распознавание категорий*, или *категоризация*. Суть этой операции в группировке понятий, что ведет к существенному сокращению анализируемых единиц.

В нашем наблюдении группируем понятия в следующие категории: местоположение зала, структура зала, оформление, спортивные снаряды, члены клуба, тренировка.

Название категории либо придумывается исследователем, либо берется из лексики исследуемых людей, либо используются стандартные категории. В последнем случае есть риск, что в данное исследование будут привнесены смыслы, вкладываемые в эту категорию в иных контекстах. Выделив категории, мы сортируем все понятия-ярлыки между ними. Следующий этап — развитие категорий.

Развитие категорий — это операция по их уточнению. Она идет по трем направлениям: выделение субкатегорий, свойств и степени их проявления.

Субкатегории — это разновидности категорий, их частный случай. Они являются составными частями категорий. Каждая категория включает ряд субкатегорий.

Например, категория «члены клуба» может быть разделена на такие субкатегории, как «мужчины» и «женщины». Эта же категория может быть расчленена на субкатегории и по иному принципу: «случайные посетители», «постоянные клиенты», «актив», «организаторы».

Свойства—это те или иные стороны, характеризующие каждую категорию. Это могут быть как реальные свойства, обнаруживаемые при наблюдении данного объекта, так и возможные свойства, имеющиеся у других аналогичных объектов.

Например, категория «местоположение» имеет такие свойства, как «центральное», «окраинное», «пригородное». Можно посмотреть и в другой плоскости по критерию социального измерения пространства: «близость к метро», «наличие автобусных маршрутов» и т. д. В субкатегории «мужчины» могут быть выделены такие свойства, как «возраст», «цель тренировок», «телесные характеристики», «одежда» и т. д.

Степени проявления свойств — это характеристики (свойства), измеряемые по той или иной шкале.

Например, категория «тренировки» проявляется через свойство «интенсивность», которое измеряется частотой посещения спортзала, интенсивностью занятий во время тренировки.

Матрица наблюдений формируется частично еще до выхода в поле, если вы уже немного знакомы с изучаемым явлением. Но в основном она конструируется в процессе наблюдения. Этот процесс кристаллизации (конструирования) матрицы проходит ряд фаз.

Деление на категории, субкатегории и свойства весьма относительно. Это уровни, выделяемые во избежание путаницы и с той же целью получающие разные названия. В принципе в зависимости от логики наблюдения любая субкатегория может стать категорией, так же как и свойство. С помощью этих слов обозначаются просто разные уровни наблюдения и подчиненности. Свойства выводятся из субкатегории, а субкатегории — из категории. То, что вчера было субкатегорией (например, «члены клуба»),

сегодня превращается в категорию, в которой мы выделяем субкатегории («мужчин» и «женщин»). По мере углубления наблюдения постоянно идет процесс превращения субкатегорий в категории и конструирование новых субкатегорий.

Так, пронаблюдав общие различия в поведении «мужчин» и «женщин», мы превращаем «мужчин» в категорию, в которой выделяем субкатегории по их роли в жизни клуба.



Схема 10. Фазы кристаллизации матрицы

Когда матрица тщательно продумана, глаз исследователя становится гораздо острее, т. к. он программируется на видение и поиск понимания таких деталей, которые невооруженный матрицей глаз пропустит, даже не заметив их существования. Конструирование четкой и прозрачной матрицы особенно необходимо начинающим исследователям. Опытный наблюдатель порою автоматически конструирует матрицу в процессе исследо-

j/ **Цели**, даже не замечая этой фазы, которая становится невидимой не только для посторонних, но даже для него самого.

о **Техника обострения зрения наблюдателя**

В процессе наблюдения всегда стоит проблема остроты зрения наблюдателя. Чем дольше он смотрит, тем меньше видит, т. к. наблюдаемые явления переходят в категорию «само собой разумеющихся» и становятся невидимыми. Поэтому необходимы техники поддержания остроты зрения.

* **Сравнение.** Один из способов достижения этой цели — постановка Исследовательских вопросов относительно границ единицы наблюдения и ее отличий. Исследователь в процессе наблюдения регулярно задает себе **вопросы**: Какие еще аналогичные явления имеют место? Чем отличается **данное** явление от других? Где граница, отделяющая его от других?

Концентрация внимания на отличиях позволяет больше видеть в самом объекте. Любая характеристика в явном или скрытом виде содержит в себе сравнение. «Красное» — это не черное, не белое и т. д. «Большое» ИмPLICITно подразумевает, что это «не маленькое» и «не среднее». Если в процессе наблюдения регулярно ставить вопрос об отличии данного объекта от других, то этот объект окажется более четко видимым.

В ходе исследования меннонитов в ФРГ я постоянно ставил перед собой вопросы: *«Чем они отличаются от других переселенцев? Что их отличает от местных немцев?»*. И эти вопросы обостряли внимание к особенностям данной религиозной группы.

Сравнение может осуществляться с другими объектами и явлениями, которые либо входят в зону наблюдения, либо известны нам из своего жизненного опыта, из чужих исследований, из СМИ или литературы.

В «качалке» мужчина подходит к штанге с большим количеством «блинов» и несколько раз «жмет» ее. Потом он долго отдыхает, ходит по залу, перебрасывается короткими фразами с другими членами. Возникает вопрос: *«А какие еще типы поведения клиентов таких клубов имеют место?»*. Если в этот день в «качалке» много людей, то иные типы выискиваются простым наблюдением окружающих. Если здесь иные типы не обнаруживаются, то мы их извлекаем из нашей памяти, из периодики и т. д. Смотрим вокруг в спортзале и видим другого мужчину, который тренируется в совершенно ином режиме: он работает со средними весами, почти без остановок или с короткими остановками. Рядом — девушка. Она либо крутит велосипед, либо работает на тренажере с очень маленькими весами.

Концентрация внимания на вопросе об отличиях типов заставляет нас более внимательно сравнивать выделенные типы поведения на тренировке. Это позволяет видеть все новые и новые детали.

Первый мужчина поднимает редко, но большое количество. Второй — чаще, но не такими большими порциями. Девушка поднимает нечасто и

немного. Отсюда возникают и иные вопросы. Например, «Чем отличаются по внешнему виду представители разных типов?» Мы сдвигаем фокус наблюдения с поведения на фигуры и видим, что мужчина первого типа — это человек с большими и мощными мышцами («шкаф»), мужчина второго типа — подтянут, сухощав, мышцы тренированные, рельефные, но совершенно иного вида и формы, а у девушки нет никаких признаков лишнего веса, мышцы тренированные, но их рельеф не виден. И тут возникают следующие исследовательские вопросы: «А чем отличаются эти люди по целям, которые они преследуют, придя в спортзал?», «А как различается их питание?», «В чем отличие их тренировок с точки зрения частоты?», «Чем отличаются их референтные группы?» и т. д.

При использовании техники сравнения на первых этапах исследования особенно плодотворно сопоставление крайних, наиболее явно сформировавшихся типов, которым наклеиваем ярлыки.

Поэтому в «качалке» мы сравниваем на первом этапе поведение наиболее успешных среди «шкафов», «боксеров» и «граций». Через них мы лучше всего приближаемся к идеальным типам.

Когда крайние варианты описаны и осмыслены, можно переходить к проработке шкалы измерений свойств, сдвигая фокус внимания на людей промежуточных типов или с неоформившейся принадлежностью.

Например, к кому отнести человека с отвисшим пузом, который в первый и, возможно, в последний раз пришел в «качалку»?

Сначала в процессе наблюдения в центре внимания исследователя — задача выявления и максимально точного описания крайних, оформившихся, четких типов. Затем фокус сдвигается на наблюдения различий с точки зрения меры приближения к идеальным типам.

Разновидностью этого подхода к активизации внимания является *«техника сальто»* (Страус и Корбин 2001: 70–72). Суть ее в том, что мы пытаемся представить себе противоположный тип и смотреть на изучаемый объект, сравнивая его с мыслимым противоположным типом. Этот прием используется в тех случаях, когда мы уже не в силах видеть что-то новое, когда сравнение внутри наблюдаемого объекта не дает результата.

Так, наблюдая атлетов, систематически тренирующихся в зале, и пытаясь понять их, мы можем обратиться к типам, которые не представлены в этом зале, но часто встречаются в жизни: это люди, которым совершенно чужды всякие попытки тренировать свое тело, контролировать его формы, силу и вес. Насколько различаются эти типы — качок-фанатик и «лежебока»? В какой мере различается их место в обществе, их самооценки, их поведение на улице, на работе и т. д.?

Выявление причин и контекста. Наблюдение направлено на описание явлений и выяснение их причин. Эти две стороны не имеют абсолют-

ного характера. Они могут легко меняться местами, когда фокус исследования или просто наблюдения на данном этапе сдвигается. И явление превращается в причину, а причина в явление. Разумеется, такой поворот возможен не всегда. Однако любое явление может рассматриваться как причина другого явления, а любая причина в ином контексте превращается в явление, на котором фокусирует внимание исследователь.

Ориентация на выявление причинно-следственных связей активизирует, обостряет внимание и остроту взгляда. Исследователь, обнаружив любое важное явление, описав его, переходит к следующему этапу, где ставит вопрос: «А почему?».

Контекст — это ряд условий, при которых данное явление становится возможным. Причины включаются в контекст, но не исчерпывают его. Причина дает возможность проявиться явлению при наличии причины, но она же и блокирует явление, несмотря на имеющуюся причину.

«Качок» — это феномен, в контекст которого входят, помимо выше обозначенных причин, и такие условия, как наличие «качалки», удобное ее расположение, наличие возможностей для поддержания специальной диеты, информации об оптимальных программах тренировок (литература, тренер, среда общения).

На изучение контекста исследователь ориентирует себя с помощью вопроса *«А при каких условиях данное явление стало возможным?»* или *«Какие процессы, события, вещи сопутствуют данному явлению?»*. Этот вопрос красной нитью проходит через весь процесс наблюдения.

Выявление следствий. Многие наблюдаемые явления имеют не только причины, но и следствия. Это процессы и феномены, для которых рассматриваемое явление выступает как причина.

Исследователь, наблюдая те или иные феномены, ставит себе вопрос: *«Каковы его последствия?»*. При длительном наблюдении удастся проследить проявление отдельных последствий.

Полевые материалы

Типы полевых материалов

Исследователь, отправляясь в поле, собирает там информацию, которая может иметь самую разнообразную форму. Основными ее носителями являются:

1. Полевые записи (от руки или на компьютере).
2. Магнитофонные кассеты.
3. Фотоснимки и видеозарисовки (видеодневники).
4. Различного рода вещи, являющиеся памятниками изучаемой ситуации.
5. Официальные документы.
6. Личные документы изучаемых людей (переписка, дневниковые записи и т. д.).

Типы полевых записей

1. *Первичные записи* (condensed account). Это полевые заметки (field notes), сделанные во время наблюдения. Естественно, что в такой ситуации детальные записи невозможны, поэтому эти заметки включают отдельные фразы, ключевые (опорные) слова. Они делаются либо на карточках, либо в маленьких блокнотах. Первичные записи бывают двух типов: а) записи, сделанные во время наблюдения; б) записи, сделанные сразу же после наблюдения (порой через несколько минут, когда появилась возможность зафиксировать увиденное).
2. *Расширенные записи* (expanded account). Они делаются уже после наблюдения на основе просмотра первичных записей и еще свежих воспоминаний. В них фиксируется то, что запомнилось, но не удалось записать, а то, что было записано по ходу наблюдения, уточняется, дополняется деталями. При ведении таких записей возникает проблема повторения материала, который ранее уже фиксировался. Однако такое повторение необходимо, поскольку его наличие — это свидетельство того, что наблюдаемые явления не случайные феномены, а носят устойчивый характер, являются элементами культуры. Если же фиксируется только новое, интересное, то главная цель исследования, связанная с поиском характеристик именно культуры, будет недостижимой, поскольку случайное, экзотичное затмит базовое, устойчивое.
3. *Полевой дневник*. Он ведется систематически. Каждая запись начинается с указания даты. В дневнике фиксируются, во-первых, наблюдаемые явления, события, факты, и, во-вторых, чувства и размышления наблюдателя по этому поводу. Важная задача, решаемая при ведении полевого дневника, состоит в том, чтобы понять, как чувства, настроение, личные симпатии и антипатии исследователя влияют на процесс наблюдения. Таким образом, исследователь в дневнике наблюдает не только окружающую его среду, но и себя в ней.

Систематическое ведение полевого дневника позволяет схватить, зафиксировать свежие, но поверхностные впечатления, наблюдения, ассоциации, возникающие при вхождении в поле, а затем сравнить их с поздними наблюдениями и рассуждениями, которые становятся глубже, но в то же время лишаются очень важных деталей, превращающихся в «само собой разумеющиеся», «очевидные» вещи.

При ведении полевых записей очень важно сохранить тот язык, на котором говорят участники анализируемых ситуаций. Это относится как к набору используемых слов, так и к стилю, методам аргументации. При фиксации речей участников считается недопустимым использование научного языка как общей канвы для пересказа. Чем больше прямой речи, тем качественнее материал. Дело в том, что нередко в конкретном наборе

используемых слов, в стиле речи содержится подтекст, который важнее того, что сказано и лежит на поверхности.

В полевых записях чрезвычайно важен контекст описываемых событий: обстановка помещений, выражения лиц, жесты и другие невербальные средства передачи информации. Этот текст нередко противоречит сказанному или существенно дополняет его.

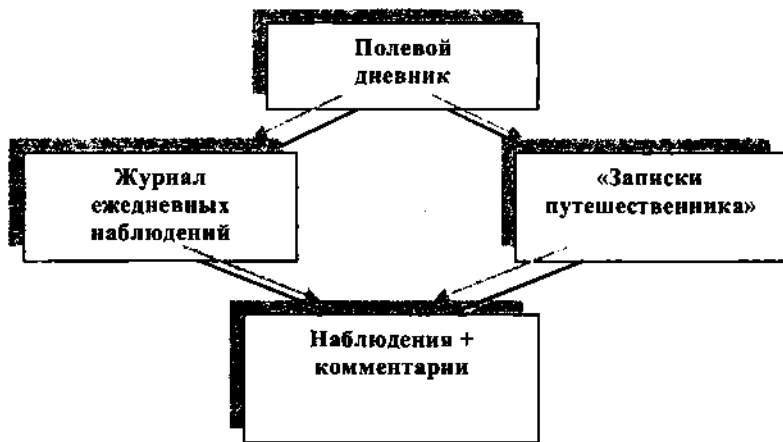


Схема 11. Типы полевых дневников

Личность наблюдателя

Наблюдая социальные процессы, мы видим тот ракурс, который доступен с нашей позиции. А она определяется не только функцией наблюдателя, но и его многообразными личными характеристиками. Оказавшись в поле, он становится его участником. Окружающие его люди реагируют на наблюдателя, принимая во внимание его доступные их созерцанию характеристики: пол, возраст, антропологические особенности (цвет или оттенок кожи, волос, черты лица), характер одежды, стиль поведения и т. д. Люди с разными характеристиками в одной и той же позиции стороннего наблюдателя вызывают разную реакцию со стороны других участников данного поля, вызывают различные помехи. Поэтому собираемая наблюдателями информация не может интерпретироваться в отрыве от ответа на вопрос «А кто наблюдатель?».

Принятие чужой позиции

Исследователи этнических отношений давно заметили, что оценка этих отношений большинством и меньшинством существенно различается: меньшинство склонно видеть их в более мрачных тонах, чем большинство. Этот вывод подтверждается исследованиями в самых разных странах, в т. ч. и в России. При этом русские в бывших советских республи-

ках оказались национальным меньшинством, и картина переворачивается: эстонцы говорят, что у них нет дискриминации русскоязычных, а последние смотрят на это иначе.

Совершенно случайно я попробовал наблюдать одни и те же процессы с колокольни большинства и меньшинства. Будучи русским, я могу видеть эти отношения в повседневной жизни только с позиции большинства. Но однажды в Санкт-Петербурге я подошел к газетному лотку, за которым женщина активно торговала «патриотическими» изданиями. Посмотрев на мою бородатую физиономию, она, скрывая раздражение, посоветовала: «А вам бы лучше в Израиль отправиться». И тут я впервые почувствовал себя в положении еврея, которому на его родной земле советуют убраться в другую страну. В следующий раз я примерил ту же роль в дешевом общем вагоне поезда «Санкт-Петербург - Москва». Почти все сидения были заняты пассажирами. Я протиснулся на единственное пустое место в группе распиивающих водку парней «крутой» внешности. Судя по их разговорам, они были озабочены тем, чтобы не встретиться с милицией. Один из них долго и внимательно смотрел на меня, а потом спросил: «Еврей?». Я почему-то без колебаний кивнул головой. «Ох, уж и не люблю я вас», — мрачно вздохнул он. Тут я вспомнил слова Е.Евтушенко: «Для всех антисемитов я еврей, А потому я настоящий русский». Другой сосед вмешался в наш короткий и гнетущий диалог: «Отстань от него, он же тебя не трогает». Тот мрачно и зло отвернулся. А мне стало неуютно в моей еврейской шкуре и даже захотелось в Израиль.

Через несколько лет в питерском метро ко мне подошла пара мужчин. Голову одного из них украшал купеческий картуз в стиле Жириновского. Долго и внимательно осмотрев меня, один спросил: «Еврей?». «Да», — не раздумывая, ответил я. «Ну вот какая интересная встреча семита и антисемитов», — констатировал один из них. Потом я вынужден был долго слушать громкие рассуждения моего собеседника (второй вскоре ушел, а мне нужно было ждать приятеля) о русско-еврейских отношениях и реагировать с позиций «чистокровного» еврея (я его уверил, что являюсь именно таким). Мы стояли на платформе, и мне было крайне неуютно в этой компании. А в голову закрадывалось подозрение, что мимо меня пробегают толпы таких же антисемитов, которые с таким же подозрением смотрят на меня, как и этот русский (потом он оказался белорусом). Приятеля я не дождался, а мой собеседник-антисемит не хотел со мной расстаться, порывался идти куда угодно, чтобы вместе выпить за его счет, поскольку в принципе, как оказалось, он к евреям относится «нормально» и очень хочет побольше узнать от меня об иудейской жизни.

Я описал случайные коллизии, переместившие меня на иную колокольню. И мир предстал с нее совсем иначе, хотя в принципе я ничего нового не услышал и не увидел. Я просто вошел в чужое положение.

В любом качественном исследовании очень важно научиться смотреть

на мир глазами разных групп людей. И тогда «объективный» мир рассыпается на множество противоречащих друг другу картинок.

Интерпретация знаков и символов в процессе наблюдения

Феномен социокультурного поля любого масштаба не возможен без общей социокоммуникативной системы. Помимо обычного (естественного) языка она включает знаки и символы, проявляющиеся в форме вещей, жестов, действий. В результате наблюдаемые процессы приобретают характер текстов, с помощью которых люди вольно или невольно передают окружающим какую-то информацию о себе.

Часто категории знака и символа используются как синонимы. Я считаю это проявлением словесной избыточности, неуместной в научной методологии: наука не терпит синонимов, здесь каждое слово очень дорого и должно нести дополнительные смыслы. Не вдаваясь в дальнейшее обсуждение этой темы, остановлюсь на констатации своих определений этих категорий. В конце концов, слова сами по себе не имеют смысла (хотя есть и иные точки зрения), их значения носят договорной характер: «стол» — это то, что говорящий называет столом, а слушатель, пусть и не соглашается с ним, но вполне понимает, о чем идет речь. Человек, оглянувшийся на слово «дурак», может иметь иное мнение о своих интеллектуальных способностях, но, оглянувшись, он подтверждает полное понимание того, кто в данной ситуации идет под этим именем. И коммуникация обеспечена при отсутствии единства мнений. В силу этой логики я просто дам свои определения этих категорий (более подробно см.: Ильин 2000).

Знаком является любой объект (предмет, жест, поступок и т. д.), который подвергается окружающими интерпретации, определяется. При этом носитель знака может быть крайне далеким от намерения кому-то что-то этим сказать. Мужчина с расстегнутой ширинкой несет знак, лишенный намерения. Знак — это оговорка в речи. Слово, говорят, не воробей: вылетит — не поймаешь. Мужчина молчалив, но это никак не влияет на окружающих, заметивших его оплошность и комментирующих ее мысленно или вслух («Рассеянность» или «Склероз»).

Символ — это сознательно используемый знак. В этом случае говорящий знает о наличии знака, часто он его сознательно создает, он рассчитывает на внимание окружающих к нему и представляет, как примерно этот символ будет прочитан. С помощью символов идет сознательная передача текста.

Смысл знаков и символов обычно не имеет ничего абсолютного. Хотя исключений из этого тезиса есть немало. Например, когда на человека падает каменная глыба, то и он, и все свидетели, независимо от того, к какой культуре, обществу они принадлежат, будут единодушны в интерпретации знака: «Это конец!». Многие простые и универсальные действия (сон, потребление пищи и т. д.) также открыты единодушной интерпрета-

ции вне социокультурного контекста. То же касается и целого ряда символов: угроза кулаком, оружием, улыбка и т. д.

Однако многие универсальные знаки и символы имеют подтексты, которые открыты подлинному пониманию только в контексте определенной социокультурной системы. Например, улыбка везде связана с выражением радостных эмоций. Но помимо этого универсального ядра знака есть специфические (факультативные) смыслы.

Как-то мой тренер в секции карате посоветовал: «Улыбнись так, чтобы противнику стало страшно». Восточная улыбка полна иных, дополнительных смыслов. Американская улыбка выражает не только радость, но и элементарную вежливость.

Многие знаки и особенно символы в своей интерпретации ограничены границами определенного социокультурного поля. За пределами этой границы тот же знак может нести совершенно иной смысл.

Например, мужчина в юбке на фестивале шотландской культуры и на улице русского села — один и тот же физический объект, но передаваемые им смыслы тесно привязаны к правилам конкретного социокультурного поля. В одной компании русских людей выпить «за здоровье» друга залпом стакан водки, занюхав хлебной корочкой, — это символ уважения и мужской доблести. В другой компании не менее русских людей такой жест вызовет немалое недоумение и ряд последующих интерпретаций, в которых не встретятся такие слова, как «дружба», «уважение» или «настоящий мужчина». То же самое происходит с элементарным русским «привет», когда мы его повторяем уже не в Петербурге, а где-нибудь в Индии: приветствие превращается в набор бессмысленных звуков.

Когда исследователь попадает в чужое поле (страну или субкультурную группу), он на каждом шагу сталкивается со знаками и символами, которые он либо вообще не может интерпретировать в силу их необычности, либо будет переносить на них смыслы иного социокультурного поля. Что делать?

Самый простой ответ, лежащий на поверхности: подойти к людям, использующим эти знаки и символы, и спросить их о вкладываемых в эти вещи или действия смыслах. Однако не все так просто. Как верно отмечает Т. Щепанская (2004: 21-22), *«если мы искусственно провоцируем интерпретацию того или иного предмета или поступка, то это совершенно не значит, что он имеет интерпретацию (и именно такую) в реальной жизни сообщества. Фактически подобные объяснения являются продуктом взаимодействия информанта с исследователем (т.е. изучаемой среды с внешним для нее миром)».*

Многие знаки и символы используются людьми автоматически. При этом они не задумываются о всей глубине смысла, лежащего за этим. Они выступают элементами слабо осознанных практик. Но если наблюдаемого человека спросить, то он задумается и выдаст интерпретацию, ко-

тору до встречи с нами никогда не произносил, предложит смыслы, которые уместны для объяснения исторического происхождения символа, но не имеют никакого отношения к данной ситуации.

Например, у девушки на шее висит крестик. В ответ на наш вопрос о смысле этого символа она припомнит уроки истории и расскажет о распятом на кресте Христе, о центральной роли этого символа в жизни православной церкви, о чудодейственной его силе и т. д. Но это совершенно верная интерпретация символа христианства может не иметь никакого отношения к его символической функции в данном контексте. Нередко блестящий золотой крест на золотой цепочке уводит внимание наблюдателя с лица к шее, а затем в глубокий вырез платья, подчеркивающий бюст. Это простой инструмент манипулирования впечатлениями, приемлемый для использования и человеком, очень далеким от религии. В другом случае это может быть память о давнем крещении и робкая идентификация с христианством. Но о всей системе смыслов, нагружающих крест в истории религии, его носитель никогда не вспоминает.

Для эмпирического исследования гораздо плодотворнее использовать метод наблюдения и фиксировать связь между знаком, символом и поведенческими реакциями.

Какую реакцию окружающих вызывает девушка с крестом между приоткрытыми грудями? Набожные христиане в толпе признают в ней свою? Или мужчины в религиозном благоговении невольно опускают глаза к святому символу?

«В тех случаях, когда о значении символа ничего не говорится, но мы фиксируем вызываемую им реакцию, само ее наличие означает, что он сыграл в данной ситуации знаковую роль и его значение было считано, хотя и не обязательно выведено на уровень сознания и речи, а сразу претворилось в действие. Это бывает довольно часто: устоявшиеся значения редко вербализируются, составляя фонд общепринятого или "коллективного бессознательного"» (Щепанская 2004: 24). Иначе говоря, исследователю гораздо важнее глубинных смыслов, уходящих в затуманенную глубь истории, наблюдаемая связь между двумя поведенческими актами: демонстрацией символа и реакцией на него.

Наблюдатель в поле создает эффект спектакля «Нас наблюдает посторонний!». Просьба объяснить значение знака или символа может заставить сыграть роль осведомленного эксперта в одном случае или искренне верующего человека — в другом. В результате мы получаем информацию, которая на самом деле является пиаровским ходом, рассчитанным на наивность исследователя и отражающим желание произвести хорошее впечатление. На самом же деле многие символы означают простую готовность следовать нормам своей группы («Так положено», — говорят военные), воспроизводя свою идентичность ее члена.

Проводя исследование в маленьком городке на Юге США, я активно наблюдал поведение членов общины Церкви Христа. В ходе общения я столкнулся с большим количеством действий, которые, как я заподозрил, несли символическое содержание (например, на день рождения в домашнем узком кругу мы пили только «Кока-колу»). За разъяснением я обратился к проповеднику, который с Библией в руках прочел мне лекцию на пару часов по теологии, привел цитаты из Библии, указывающие на греховность причинения вреда здоровью. Полученная информация, конечно, помогла мне понять происхождение символических действий и их теологическую интерпретацию. Но она ни в коей мере не помогла мне глубже интерпретировать жизнь одного из членов этой общины, моего приятеля-фермера, который, по его словам, сразу же засыпает, как только берет в руки Библию. Для него отказ от курения и алкоголя вытекает не из теологической аргументации, а из простого стремления не выделяться из своей среды. И «Кола» вместо вина выступает как символ принадлежности к религиозной общине.

НАБЛЮДЕНИЕ ДЕКОРАЦИЙ (МАТЕРИАЛЬНОЙ СРЕДЫ)

Матрица анализа материальной среды. Декорация.

Очень часто сбор материала начинается с наблюдения сцены, где предстоит спектакль, являющийся предметом исследования. Достоинством такого анализа является то, что *«мы может собирать данные о социальной жизни, прямо не вовлекая респондентов в исследовательский процесс»* (Emmison & Smith: 110). Порою наблюдение сцены происходит одновременно с наблюдением событий на ней. Любая сцена имеет декорации, материальную среду, даже если там ничего нет. Пустота — это тоже декорация. Материальный мир, в котором разворачивается изучаемая ситуация, имеет для исследователя *текстуальный характер*. Он его читает как книгу. И как при чтении книги, возникают проблемы понимания и логического упорядочивания прочтенного материала. Вещи, составляющие интерьер сцены, говорят. И часто они говорят не то, что произносит актер на сцене. Здесь наблюдается феномен, который А.К. Байбурин (1989: 71-72) обозначает как *«семиотический статус вещи»*.

Матрица анализа материальной среды

Для описания и анализа декораций можно использовать такую матрицу, которая организует процесс наблюдения, фокусируя его на ключевых вопросах.

1. *Декорации как ресурсы (материальная структура)*. В этом качестве они порождают два вопроса: а) Какие возможности дает эта структура для участников спектакля? б) Какие ограничения накладывает она на них?

2. *Декорации как совокупность знаков*, т. е. произвольных следов деятельности изучаемых людей.

3. *Декорации как совокупность символов*, т. е. сознательно сконструированных знаков. Участники изучаемого спектакля используют их для презентации себя зрителям. Эти декорации представляют собой парадный фасад сцены.

При анализе материальной среды всегда встает проблема определения ее границ. По одну сторону границы — ресурсы, т. е. факторы, формирующие структуру деятельности. Понять последнюю трудно без анализа ресурсов. По другую сторону границы — материальная среда, не имеющая отношения к изучаемой ситуации. Этот процесс поиска границ идет по двум основным направлениям.

1. *Определение границ сцены*. Именно в ее пределах разворачивается изучаемое событие. Поиск границ — отнюдь не формальная опе-

рация. В его процессе ищется ответ на вопрос о том, какие элементы пространства выступают в качестве ресурсов ситуации.

2. Определение набора предметов, являющихся ресурсами данной ситуации.

Ресурсы являются элементами социокультурного поля и с физическим пространством коррелируются только косвенно. Не все, что рядом, — мое, не все, что далеко, — чужое.

Соседняя по лестничной площадке квартира территориально очень близка к пространству, в котором разворачивается жизнь моей семьи. Однако ни ее площадь, ни находящиеся в ней предметы в обычной жизни никоим образом не могут рассматриваться как элементы структуры, организующей мою жизнь. В то же время дача находится за тридевять земель, но это моя территория, заполненная моими вещами, которые, с одной стороны, дают мне и моей семье набор каких-то возможностей по организации нашей жизни, а с другой — ограничивают нас.

Декорации как ресурсы

Не все, что окружает изучаемых людей, является ресурсами наблюдаемой ситуации. Только те участки пространства и предметы, которые осознаны действующими лицами как важные для них и используемые в контексте данной ситуации, являются ресурсами. То, что в принципе может использоваться, но не используется, выпадает из категории ресурсов. Причины этого могут быть разные. Участники могут просто не знать, как этот предмет использовать. Другой вариант: они не догадываются о его существовании. В силу этого простое описание материальной среды не совпадает с анализом ресурсов, т.к. многое из того, что попадает в поле зрения исследователя, может не иметь никакого отношения к изучаемой ситуации. Поэтому только в процесс наблюдения действий людей из материальной среды вычлняются те элементы, которые играют роль ресурсов.

Ресурсы — это текст. Часто его автор неизвестен или вообще отсутствует. Как и при чтении любого текста, здесь возникает проблема интерпретации. В одних случаях исследователь вообще не видит текста. Он смотрит на предмет, но этот взгляд не порождает не только ответа, но и вопроса. В других случаях он неверно интерпретирует роль данного предмета как ресурса тех или иных действий.

Интерпретация исследователем ресурсов предполагает выяснение характера и масштабов рамок, которые они задают участникам ситуации. Ресурсы формируют структуру их возможностей. Каждая возможность не только позволяет что-то сделать, но и исключает какие-то иные действия.

Элементом анализируемой материальной среды являются и предметы, необходимые для данной деятельности, но отсутствующие на этой сцене. Поэтому в процессе наблюдения исследователь ставит вопрос: чего здесь нет для нормального течения данной ситуации?

Нередко простого наблюдения недостаточно, чтобы понять смысл и значение тех или иных ресурсов. Видимость может скрывать сущность, наполненную иным содержанием.

В глухой гималайской деревне останавливаемся в принадлежащем местному ламе доме, который одновременно выполняет функции небольшого отеля. Очень добротный для этих мест двухэтажный дом, есть вода и даже электричество от солнечных батарей. В сравнении с условиями жизни большинства непальских сельских жителей это роскошь. Но в разговоре выясняется, что этот дом построен на кредит банка. Поскольку из-за идущей в этой стране гражданской войны, а теперь еще и государственного переворота приток туристов и альпинистов резко упал, то не сегодня-завтра этот дом могут отобрать за неспособность выплачивать кредит.

Декорации как программа

Материальный мир изучаемых нами людей обладает *способностью программировать* их жизнь. Это значит, что используемые предметы навязывают их обладателю определенные элементы образа жизни. И чем они дороже относительно бюджетных возможностей изучаемого человека, тем сильнее их программирующая способность. Многие предметы могут рассматриваться как ключевые элементы культурной программы изучаемого поля микроуровня.

Если вы купили телевизор не для украшения (редкий вариант), то вы будете его включать, просматривать телепередачи в течение более или менее длительного времени. Часто телевизор играет роль своего рода наркотика: он притягивает к себе человека, вернувшегося домой или в номер гостиницы. Включение часто совершается почти автоматически. Люди проводят за телевизором больше времени, чем они хотели бы и планировали. Поэтому, увидев в доме телевизор, мы можем с очень высокой долей вероятности предположить, что он играет заметную роль в структурировании жизни, по крайней мере, части обитателей данного жилища. Особенно показателен новый и дорогой телевизор. Он означает, что совсем недавно было принято важное решение, структурирующее жизнь здесь и сейчас. Старый же телевизор может отражать прежние, уже изменившиеся структуры времени. Если хозяева данной квартиры небедные люди, то старый телевизор может свидетельствовать о том, что он не рассматривается как важный для их жизни предмет.

Автомобиль — это тоже мощный инструмент, программирующий его обладателей на соответствующий образ жизни. Скажи мне, есть ли у тебя автомобиль, в каком он состоянии, какой марки и какого года, и я примерно опишу существенные контуры твоего образа жизни.

Декорации как знаки

Знак — это произвольный след каких-то событий. Читая его, исследователь ставит вопрос: что здесь произошло? И пытается по знаку-следу реконструировать прошедшее событие или бесконечное их число. Знаки — элемент текста, но это текст, который писался не для посторонних глаз. Порою его прочтение вообще кем бы то ни было не входило в намерения авторов. Такой текст является произвольной обмолвкой, побочным продуктом события. Наблюдая и интерпретируя знаки, исследователь может получить информацию не только об изучаемой ситуации, но и об ее исторических корнях, предыстории.

Объекты на сцене — это знаки. Но спорным является вопрос: являются ли они знаками не только для исследователя, но и для других членов изучаемой группы? Если их замечает только исследователь, то эти предметы выпадают из языка данного поля. Знаком является лишь то, что увидено и проблематизировано (*«А это что такое? Что это может значить? Что они хотели этим сказать?»*).

Декорации как символы

Символ — это сознательно сконструированный знак, используемый для коммуникации. С помощью символов, сконструированных из элементов материальной среды, люди презентуют себя окружающим.

В силу своей природы символы представляют дополнительную трудность для интерпретирующего их исследователя. Если, читая знаки, он может сам ошибиться, то, читая символы, он порою сталкивается со стремлением их авторов сознательно ввести в заблуждения читателя.

Текст, состоящий из символов, не пишется просто так. Он ориентирован на его прочтение. Среди читателей выделяют свидетелей и адресатов. *Свидетели* — это те, которые в силу разных причин наблюдают мир вещей, организованный данным индивидом или группой. Не для них убиралась и обставлялась квартира. Они пришли неожиданно. Это может быть сосед, зашедший попросить соль или двадцать рублей «до полочки». В этой роли часто оказывается и интервьюер. *Адресат* — это тот, для кого создавался текст. При этом порою в тексте разворачивается не реальное, а зеркальное «Я». Иначе говоря, человек не пишет искренний текст о себе, а пытается произвести благоприятное впечатление на адресата, используя знание правил декодирования знаков, которыми тот пользуется. Когда интервью организуется по предварительному согласованию на квартире информанта, то нередко исследователь оказывается в роли адресата, для которого сцену убрали *«так, как надо»*.

Попадая в чужой материальный мир, мы не можем отказаться от ответа на вопрос: мы здесь в качестве случайных свидетелей или же являемся адресатами, для которых готовятся декорации и костюмы?

Приходя в гости в США или Западной Европе, я нередко обнаруживал на столе бутылку водки. На поверхности лежит интерпретация: «Нашу водку пьют и здесь». Однако при более глубоком анализе ситуации обычно обнаруживалось, что я здесь в качестве адресата, зрителя, для которого эту бутылку специально купили, чтобы доставить удовольствие («Какой же русский не любит выпить водки?»). Набор продуктов на столе также не может не порождать вопрос: это у них так всегда или специально к нашему приходу?

Та часть материальной среды, которая используется в качестве символов, является важной составной частью языка изучаемой группы. Ее члены, выставя или пряча те или иные предметы, пишут текст, используя правила интерпретации предметов, принятые в их среде.

Декорации, играющие роль символов, являются одновременно и символическими ресурсами. Они обеспечивают коммуникацию в необходимом направлении и помогают достигать поставленных целей. Например, манипулируя с их помощью впечатлениями людей, изучаемые нами субъекты могут добиваться доступа к важным для них ресурсам.

Классификация материальных объектов на сцене

Harold Riggins (1994: 111-115) предложил типологию материальных объектов, которую можно использовать как матрицу для сбора и анализа данных.

1. *Активные объекты* — это те, которые предполагаются для непосредственного использования (например, ложка). Они могут подразделяться на объекты нормально и необычно используемые. Так, ложка может быть предметом коллекции.

2. *Пассивные объекты* — это те, которые предназначены для украшения, для созерцания (например, статуэтка). Они также могут делиться на нормально и необычно используемые. Например, в русских деревнях после разгрома в 1930-е гг. православных храмов появились разные деревянные изделия (например, двери, крышки и т. д.), изготовленные из икон.

3. *Статусные объекты* играют роль индикаторов социального статуса, независимо от того, хочет этого их владелец или нет.

4. *Знаки уважения (esteem objects)*. Они, по утверждению Riggins, могут делиться на два класса: (а) *знаки личного уважения* (свадебные фотографии, рождественские открытки и т. д.) и (б) *знаки общественного признания* (диплом об окончании университета, помещенный в рамке на стене, спортивные кубки).

5. *Коллективные объекты* демонстрируют более широкие социальные связи (национальные флаги, предметы религиозного культа).

6. *Стигматизированные объекты* ассоциируются со смущением, являются социально неприемлемыми или маргинальными. Они часто скрыты от чужих глаз в специальных помещениях (например, кладовках),

ящиках и шкафах. К этой группе объектов могут относиться медицинские принадлежности, грязное белье и немытая посуда, сексуальные игрушки и порнография.

7. *Объекты, облегчающие социальное взаимодействие* (например, колода карт).

8. *Профессиональные объекты* — это предметы, связанные с профессиональной деятельностью.

9. *Местные объекты* — это предметы, сделанные в данной местности и отражающие ее специфику.

10. *Экзотические объекты* — это предметы, привезенные из дальних мест (например, сувениры, купленные во время отпуска).

Riggins предлагает также анализировать *«синтаксис демонстрации»*, т. е. способ, с помощью которого объекты организованы по отношению друг к другу. **Фокусировка внимания** (highlighting) — это процесс размещения некоторых объектов таким образом, что они привлекают максимальное внимание. Обычно это наиболее ценимые в данной группе вещи. **Преуменьшение** — это противоположный процесс вывода объекта на периферию внимания. «Синтаксис демонстрации» включает в себя также анализ процессов **группировки и рассредоточения объектов**. Группировка часто предполагает, что ее организаторы рассматривают отобранные объекты как принадлежащие к одному виду или имеющие общий смысл. Это наглядно проявляется в коллекциях. **Статусная согласованность и рассогласованность** — это анализ того, в какой мере предметы, размещенные в одной комнате, являются показателями одного статуса с точки зрения той или иной формы капитала, ресурса. **Степень конформизма** — это характеристика соответствия размещенных в данном помещении объектов распространенным, общепринятым представлениям относительно порядка расположения, цвета, формы объектов. Правда, часто это трудно сделать в силу усиления культурной толерантности, пестроты стилей и вкусов. В результате то, что является конформистским в одной группе, будет смотреться совершенно неортодоксально в другой. **«Дух»** — это «общее впечатление», «атмосфера», создаваемые набором и размещением объектов.

Анализ объектов, наполняющих помещение, будет понятнее, убедительнее и нагляднее, если письменный текст с описанием и декодированием объектов сопровождается набором фотографий, как помещения в целом, так и отдельных объектов и их наборов.

КОНТРОЛИРУЕМОЕ (СТАНДАРТИЗИРОВАННОЕ) НАБЛЮДЕНИЕ

Степень контроля наблюдения. Категоризация. Карточка наблюдателя.

Любое явление имеет как качественные, так количественные характеристики. Одна из важнейших его характеристик — частота появления. Наблюдая любое явление, мы не можем отделаться от вопроса: как часто это имеет место?

В качественные стратегии вполне можно включать элементы количественного наблюдения. Для того чтобы посчитать, надо наблюдаемые феномены основательно стандартизировать, свести к общему знаменателю. Считаются категории и субкатегории. Чтобы сосчитать частоту появления субкатегории А, надо быть уверенным, что $A_1=A_2=A_3=A_4$ и т. д. Иначе говоря, наблюдаемая субкатегория у одного объекта тождественна этой же субкатегории у другого объекта.

При изучении провинциальных рынков России мы проводили контролируемое наблюдение. Единицей наблюдения выступала торговая точка. Но тут же встал вопрос: «Что такое торговая точка в нашем исследовании?» (формальные определения, используемые в розничной торговле и налоговыми органами, подчинены иной цели). Магазин? Ларек? Человек у прилавка? А бабка с ведром яблок?

Категории — это инструмент достижения цели, поэтому вне этого контекста они не имеют смысла. Из цели вытекает степень дробления категорий на субкатегории. Варианты категоризации одного и того же процесса многочисленны, но общий принцип неизменен: для стандартизированного наблюдения каждая категория и субкатегория должны быть четко определены. Особого внимания заслуживает вопрос о границах между ними. При типизации любого явления возникает много пограничных, спорных феноменов. Если не прописать строгую процедуру их классификации, то существенная часть наблюдаемых однотипных явлений будет отражена в цифрах, за точность которых нельзя поручиться. В спорных случаях наблюдатель будет кодировать «от фонаря». Разные наблюдатели — разные «фонари». В результате количественное исследование теряет точность. Поэтому при наличии группы наблюдателей тщательная категоризация с прописыванием всех деталей в письменной форме является предпосылкой качества получаемых данных.

Только при тщательной проработке всех категорий и субкатегорий имеет смысл проведение жестко контролируемого наблюдения. Погрешности обычно связаны с тем, что ради экономии времени наблюдение начинается без пилотажной стадии или последняя проводится на малом объеме выборки. В результате очень скоро в ходе наблюдения начинают появляться ситу-

ации, не предусмотренные набором субкатегорий, всплывают пограничные случаи, правила типизации которых четко не прописаны. И тут исследователь сталкивается с дилеммой: либо корректировать инструментарий, либо продолжать наблюдение с ним. В первом случае бракуются ранее полученные данные, т. к. малейший сдвиг в определении категории или расширение их списка означает, что нарушается тождество считааемых явлений.

Такая четкость категоризации возможна только после предварительного качественного наблюдения, в ходе которого проходит конструирование понятий, укрупнение их в категории, которые затем проходят развитие по логически строгим правилам. Поэтому качественное и количественное исследования обычно дополняют друг друга.

В структурированном наблюдении используются карточка наблюдателя или бланки-протоколы, представляющие собой таблицы, в которых можно записывать кодовые обозначения наблюдаемых ситуаций. В строках прописываются категории и субкатегории, в столбцах — единицы наблюдения (например, индивиды-носители изучаемых социальных признаков).

В нашем исследовании потребительского поведения студентов одна группа проводила структурированное наблюдение с целью количественного описания структуры женской одежды студентов.

Карточка наблюдателя

Тема: Структура женской одежды

Дата, день наблюдения:

Время:

Место:

Погодные условия:

<i>Наблюдаемые категории и субкатегории (виды одежды)</i>	/	2	3	4	5
Юбки					
- мини					
- миди					
- макси					
Брюки					
- джинсы					
В т.ч.					
классические					
расклешенные					
расклешенные с разрезом					
- обычные брюки					
классические					
расклешенные					
расклешенные с разрезом					
Другие брюки					
Блузки					
И т.д.					

Если объекты наблюдения движутся, то возникает серьезная проблема скорости их типизации. Она решается с помощью тщательной категоризации изучаемого процесса. Оптимальный вариант — использование не более двух уровней: категорий и субкатегорий. Категория фокусирует внимание (отвечает на вопрос «Что наблюдать?»), а субкатегории, выделенные по одному основанию, используются в качестве сетки для классификации.

Например, в исследовании одежды посредством наблюдения потока прохожих категория наблюдения — «юбки», субкатегории — их типы по длине. Наблюдение одного движущегося объекта с использованием одновременно нескольких категорий (юбки, брюки, куртки и т. д.) превращает работу наблюдателя в непосильную задачу, которую можно решить только с помощью допущения брака. Если же объекты не движутся, то их наблюдения возможно и с использованием сложной карточки наблюдателя, имеющей несколько уровней.

Решение проблемы наблюдения движущихся объектов может быть достигнуто благодаря одновременной работе нескольких наблюдателей. Они наблюдают один объект, но каждый отвечает только за одну категорию.

Этот подход мы использовали при наблюдении рыночных торговцев: каждый наблюдатель структурировал только по одной категории (например, пол торговца, товар и т. д.).

ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Вербальный и визуальный тексты. Позитивистский и интерпретаторский подходы. Процессуальный характер визуального исследования. Визуальные материалы как текст. Ограниченность визуальных методов. Драматургия съемки. Вторичный анализ визуальных материалов. Матрица визуального наблюдения. Визуальные материалы в интервью. Презентация визуальных материалов.

Одним из способов сбора информации о социальном мире, о поведении людей являются фото-, кино- и видеосъемки. История фотографии и социологии начинается примерно в одно время: в 1839 г. была сделана первая фотография, в этом же году О. Конт опубликовал свою книгу «Курс позитивной философии».

Первые опыты использования фотографии в анализе общества относятся к 1890-м гг., когда американский репортер Jacob Riis использовал фотографии для привлечения внимания общественности к трущобам Нью-Йорка. Тогда же Lewis Nine, имевший социологическую подготовку, приобрел известность своими фотоснимками вновь прибывших в Америку иммигрантов-рабочих, детей, работающих на фабриках и рудниках. В начале XX в. в «American Journal of Sociology» была опубликована 31 статья с использованием 244 фотографий. Однако с 1916 г. визуальная социология в Америке почти исчезла, и лишь в конце 1960-х гг. начались попытки ее возрождения. Тогда же возникла первая профессиональная ассоциация исследователей, использующих визуальные методы (Emmison & Smith: 22).

В антропологии классическое визуальное исследование было выполнено в 1930-е гг. на острове Бали (Bateson & Mead 1942). Авторы писали, что в этой работе они стремились передать читателям неосознаваемые аспекты культуры, которые сложно выразить словами. В ходе исследования было сделано 25 000 снимков, 759 из них вошли в книгу.

Несмотря на то, что фотография используется в научных исследованиях с конца XIX в., а история кино лишь ненамного короче, методика и методологические основания этого типа работы разработаны пока весьма слабо. Объем литературы, посвященной этой теме, более чем ограничен.

Основные способы использования визуальных материалов следующие.

1. Использование в этнографических исследованиях фотографий как дополнительного средства документальной фиксации социальных и культурных процессов.
2. Анализ уже существующих (главным образом коммерческих) изображений (например, рекламы).
3. Видеозапись естественно протекающего социального взаимодействия (Emmison & Smith: 22).

Безусловно доминируют первые два подхода. При этом первый более характерен для США, а второй — для Западной Европы.

Вербальный и визуальный текст

Исследователь не может рассказать больше, чем он понял, так как рассказ — это перевод увиденного на язык слов, категорий, т. е. выход в совершенно иную реальность. В ходе такого рассказа описываемая реальность очень сильно упрощается, сводится до тех ее сторон, которые были замечены исследователем и которые он смог описать (не для всего увиденного есть нужные слова). Чем интеллектуально проще исследователь, тем сильнее упрощается отражаемая им реальность. Описывая, исследователь «редактирует» ее, адаптируя к своему уровню. Разные люди, обладающие разным образованием, опытом и аналитическими способностями, увидят и опишут один и тот же процесс, но картинки будут разными. Поэтому письменное описание, анализ — это всегда интеллектуальная конструкция, модель, созданная наблюдателем, исследователем. На ранних этапах исследования, когда не очень ясны ключевые категории и субкатегории, это чревато искажением реальности. В целом ряде случаев этнографический круг невозможен, т. е. событие ушло и к нему снова не вернуться. В этом случае неверная структура наблюдения или интервью может привести просто к утрате материала, к неисправимому браку.

Для предотвращения таких ситуаций используются визуальные методы сбора информации. Разумеется, оператор тоже редактирует реальность, но возможностей у него меньше, чем у пишущего человека. При съемках прорывается гораздо больше материала, который был не замечен оператором или который он стремился скрыть. В этом плане визуальные материалы более правдивы и в некоторых отношениях более информативны.

Визуальные материалы (фото-, видео-, киноматериалы) дают дополнительные возможности, поскольку в их основе лежат не слова, а образы, которые говорят больше, чем мог и хотел сказать автор съемки (оператор, режиссер). Визуальные образы по своей природе ближе к социальной реальности, чем вербальные тексты, выполненные с помощью научных категорий. Именно образный язык позволяет талантливым художникам опережать социальные науки в осмыслении общества, в постановке проблем. Образ говорит гораздо больше, чем понял автор. На языке научных категорий это сделать очень трудно, так как в результате их использования материал основательно препарируется, превращается в продукт глубокой переработки. Картинка отражает то, что не замечено или для чего нет точных слов.

Потребителем отчета, книги часто являются специалисты из иных областей (менеджеры, инженеры, товароведы и т. д.), интересующиеся исследуемым объектом (например, процессом купли-продажи товаров в заграничном магазине). Каждый из них привык пользоваться категориальным аппаратом своей дисциплины. Вербальный анализ, выполненный социологом или маркетологом, порою дает информацию, которая совершенно не удовлетворяет их, кажется неполной, односторонней, отражаю-

щей второстепенные стороны и затеняющей наиболее существенные. Они видят мир через призму своей профессии и своего опыта, поэтому вербальный отчет маркетолога или социолога может быть интересен лишь для расширения кругозора, но не для их практической деятельности. Визуальный материал существенно расширяет информационную насыщенность отчета. Потребитель информации порою пропускает слова и концентрируется на визуальных фактах, не привлекая внимания исследователя, но оказавшихся интересными для него, человека, вовлеченного в иной тип практической деятельности.

Ложная или неудачно примененная научная концепция сводит на нет все исследование, поскольку она способна совершенно исказить реальность. Особенно рискованны в этом отношении «жесткие» количественные методы. Визуальный материал, конечно, тоже несет на себе отпечаток идей, которыми руководствуется его автор, но визуальными образами нельзя так легко манипулировать, как словами, они сопротивляются насилию исследователя. Нельзя показать то, чего нет. Фантазии не поддаются съемке (фото- и видеомонтаж — это уже иная проблема).

Именно эта способность визуального материала сопротивляться исследовательскому произволу придает ему дополнительную убедительность. Фото- и видеосъемка — веские аргументы, которые позволяют подкрепить выводы исследователя. Если же выводы не очень убедительные, то визуальные материалы дают дополнительные аргументы для их критики. Такие свойства этих материалов давно используются в журналистике.

Позитивистский и интерпретаторский подходы

В дискуссиях вокруг использования визуальных инструментов проявляется общий для общественных наук раскол между позитивизмом и герменевтикой. Для позитивистского подхода характерно общее стремление создать строгую науку об обществе по образцу естественных наук. Отсюда вытекает требование контролируемого наблюдения беспристрастным наблюдателем. Герменевтика предлагает акцент на интерпретации, в результате чего общество предстает как текст, смысл которого должен быть объяснен аналитиком, который добился существенной «коммуникативной компетенции» в области изучаемых культурных норм и практик (Henley 1998:43-44).

Операторы в своей практике вольно или невольно тяготеют к одному из этих полюсов. Одни стараются быть беспристрастными летописцами, предлагающими однообразный поток визуальных образов. Влияние позитивистского подхода к использованию визуальных методов особенно заметно при проведении фокус-групп, где обычно используется фиксированная видеокамера, с одной позиции неподвижно снимающая весь процесс. Оператор здесь отсутствует, поэтому видеоматериал в максимальной мере лишен личностного отпечатка.

При интерпретаторском подходе оператор творит текст, тщательно отбирая материал, ракурс, акцентируя внимание на одном и игнорируя другое. В последнем случае получается видеоматериал, который сам говорит

за себя, является интерпретацией наблюдаемой реальности, даже если он не сопровождается ни единым словом.

Процессуальный характер визуального исследования

Визуальное социологическое или антропологическое исследование близко документальным фоторепортажам. Однако грань между журналистикой и социальной наукой есть, и часто весьма существенная.

Howard Becker (1974), чья статья «Фотография и социология» часто рассматривается как первый крупный шаг в сторону разработки методики современного визуального исследования, отмечал, что главное отличие между этими двумя способами освоения социальной реальности состоит в том, что документальная фотография обычно теоретически слаба. В социальных же науках визуальные материалы должны работать на развитие теории и ее обоснование. Фотографии выступают здесь как часть теоретического анализа.

Для того чтобы визуальное исследование не сливалось с журналистским репортажем, исследователь, как рекомендовал Бекер, должен избегать аккумуляции изолированных изображений, он должен стремиться схватить динамический аспект социальной организации и последствий ее функционирования. Для этого требуется неоднократное посещение объекта и его визуальный мониторинг. При этом на первом этапе акцент делается на максимальном количестве снимков, отражающих разные стороны изучаемого объекта. Данные стороны могут быть не связаны с предметом исследования. В дальнейшем, когда характер объекта проясняется, визуальное наблюдение становится теоретически ориентированным.

Иначе говоря, визуальное исследование должно иметь процессуальный характер, что соответствует природе изучаемой реальности. Журналистские снимки, схватывающие яркие и эмоционально насыщенные отпечатки действительности, не соответствуют этому требованию: они останавливают мгновение, которое фотограф счел прекрасным или шокирующим. В журналистике фотографии обычно используются с целью придать дополнительную убедительность основной идее статьи. Для исследователя фотографии — это данные, отражающие изучаемый процесс. Отсюда акцент на их серийность, хотя это может противоречить эстетическим требованиям, создавать ощущение повтора, снижать лаконичность.

Серийность может быть втиснута в очень ограниченный отрезок времени, демонстрируя динамику короткого процесса с акцентом на детали.

В книге «Характеры Бали» (Bateson and Mead 1942) представлены девять изображений матери и ребенка. Они сделаны в течение двух минут. В результате обеспечивается отражение взаимодействия как процесса.

Визуальные материалы как текст

Визуальная картинка реальности, сделанная исследователем, представляет собой его интеллектуальную конструкцию, модель, а не точный сле-

пок с действительности. Это методологическая слабость визуального исследования. Однако, признавая эту слабость, надо иметь в виду, что и все прочие методы сбора социологических данных (массовые опросы, глубокие интервью и т. д.) грешат тем же: мы отбираем одни факты, оставляя в тени другие. Фотограф, оператор из миллионов окружающих его элементов реальности выбирает те, которые ему представляются важными, нужными, интересными. Выбирает он и ракурс, с которого снимается объект. Иначе говоря, он смотрит на мир через призму, которая включает его личность, культуру его социального поля. Поэтому объективная картинка оказывается носителем отпечатков культурного мира.

Очень часто исследователь является носителем общепринятых, распространенных в данном обществе схем восприятия реальности. В этом случае его визуальные материалы — это уже не индивидуальная интеллектуальная картинка, а социальный конструкт, т.е. относительно массовый способ восприятия мира, порождающий соответствующие типы социальной практики.

Посмотрите, как похожи фотографии, снимаемые большинством людей, приезжающих в Москву: из миллионов возможных вариантов съемки они выбирают пару десятков, среди которых доминирует фотография в полный рост на фоне собора Василия Блаженного.

Фотографии, фильмы — это не сама реальность, а ее репрезентация авторами, т. е. текст, в котором фотограф или оператор рассказывают языком образов о том, что они видели, и о своей интерпретации увиденного.

Ограниченность визуальных методов

Все исследовательские методы ограничены в своих возможностях. Нет плохих методов, есть их неадекватное предмету использование или неверная интерпретация полученных результатов. Главным ограничением визуальных техник является их непригодность к использованию в контексте преимущественно абстрактных научных концепций. Абстрактные идеи плохо переводятся на язык визуальных образов. Как с помощью фотографии передать такие категории, как «цена», «платежеспособный спрос» и т. п.?

Однако ограниченность возможностей визуального инструментария не говорит против его применения, а лишь подчеркивает необходимость учета предела его возможностей.

Визуальные материалы эффективны прежде всего там, где изучаемые процессы проявляются на поведенческом уровне, поддаются наблюдению. Наиболее эффективны они при исследовании явлений, которые воспринимаются как явно чужие, экзотичные. Неудивительно, что наиболее активно фото- и видеосъемки используются в антропологии: чужие экзотичные страны легко снимать, так как их отличия, специфика бросаются в глаза, лежат на поверхности.

Гораздо труднее использование визуальных материалов при изучении скрытых от глаз процессов, мотиваций, причин. Конечно, с помощью камеры умелый оператор может показать о жизни человека больше, чем тот может сказать словами в интервью. Однако для получения таких материалов необходимо владение искусством фото- или видеосъемки.

Драматургия съемки

Постановочная съемка приближается по своим целям к художественным фильмам: авторы ставят фильм или фотографию, требуя от снимаемых людей следовать определенному сценарию. При появлении фотоаппарата люди часто стремятся перейти к спектаклю «Нас снимают!», с которым они познакомились, посещая еще в детстве фотостудии. Там требуют застыть, изобразив наиболее приятное лицо, поправив одежду, прическу, макияж, посмотреть в камеру, улыбнуться (сказать «кишмиш» или «cheese»), а если фото групповое — то поплотнее прижаться друг к другу, изобразив теплые чувства. Полученные в результате визуальные материалы имеют ограниченную ценность, по ним можно судить только о неискаженных авторским замыслом сторонах жизни людей (например, одежда, в которой они снимаются, содержание стола, за которым они сидят). Люди снимаются часто так, как будто позируют для собственного монумента.

Наличие исследователя всегда вносит те или иные *искажения (помехи)* в изучаемый изнутри или с близкого расстояния объект. Появление же в его руках фотоаппарата или видеокамеры делает эти помехи особенно сильными. Само присутствие фотографа программирует ситуацию на постановочную съемку. Обычно люди знают, «как надо играть», «как надо выглядеть». Они становятся иными, либо неестественными (неопытные актеры), либо «неестественно естественными» (опытные актеры). Они улыбаются больше, чем обычно, ведут себя солиднее, поправляют прически, макияж, избегают слов и действий, которые могут создать негативное впечатление о них или их об их группе (фирме, семье, компании друзей и т. д.). Когда фотограф схватил реальную ситуацию, ему говорят: «*Ой! Я не туда смотрела*». Если спектакль «Нас снимают!» хорошо поставлен и тянется до конца пребывания исследователя на объекте, то изучаемая ситуация вообще может оказаться недоступной. И самая большая опасность, если исследователь примет спектакль «Нас снимают!» за чистую монету и проанализирует его как социальную реальность, которую он собирался изучать, т. е. спектакли «Работа», «Вечер в семье», «Шоппинг» и т. д.

Предметом репортажных съемок является ситуация во всей ее полноте. Ее участники находятся вне поля режиссуры, они живут своей жизнью. Сфера режиссуры сводится к выбору ситуаций и ракурсов съемки. Это возможно при условии, что актеры либо не видят оператора, либо не удостоивают его вниманием в силу несопоставимо большей важности играемого ими спектакля в сравнении с перспективой игры в банальном «Нас снимают!».

Скрытая камера. Одним из средств преодоления искажающего реальный процесс эффекта присутствия фотографа или оператора является использование метода скрытой камеры в той или иной его форме. Миниатюрные камеры иногда позволяют делать съемки так, что объект этого не замечает. Самый крайний вариант этого типа съемок — «шпионские» мини-камеры.

В середине 1990-х гг. американские журналисты устроились на работу в одну из крупнейших американских фирм, занимающихся розничной торговлей продовольствием. Вмонтировав в свои головные уборы миниатюрные видеокамеры, они сняли, как подгнившее мясо промывается и выставляется на продажу. Это вызвало огромный скандал. С одной стороны, была подорвана репутация фирмы и она понесла огромные убытки, но с другой стороны, журналистов обвинили в использовании незаконных методов и проникновении на частную территорию.

К этому же типу относятся устройства, позволяющие скрывать истинный объект съемки: оператор смотрит в одну сторону, но снимает в совершенно ином направлении.

В 1930-е гг. советский журналист и писатель Илья Эренбург подготовил целый фотоальбом, в котором он с помощью такой камеры с угловым видоискателем описал жизнь парижан.

Антропологи Mead и Bateson, проводившие в 1930-е гг. исследования на острове Бали, также использовали угловую видоискатель, позволявший снимать то, что находится сбоку (Haley 1998:45).

Другой наиболее распространенный вариант скрытой камеры — длиннофокусные телеобъективы, позволяющие снимать с более или менее большого расстояния. Они позволяют производить фото- и видеосъемку, не вызывая у людей подозрения, что они находятся под прицелом объектива.

Эффект присутствия снимается также при съемке «на вскидку» (без тщательного «прицеливания»), что позволяет снять человека еще до того, как он настроится на роль модели или возразит против участия. Это уже не скрытая камера, но по характеру получаемой информации и сопутствующим проблемам этот метод очень сходен с ней.

Метод скрытой камеры имеет очевидный плюс: он позволяет собрать видеоматериал, не искаженный эффектом присутствия исследователя. Однако он имеет и минусы. Во-первых, часто это сугубо внешний взгляд постороннего человека, взгляд, отражающий его ложные, поверхностные представления, ведущий к ложной интерпретации. Во-вторых, скрытая съемка, если она обнаруживается, может серьезно осложнить отношения с изучаемой средой: люди могут подумать, что за ними следят. Результатом будет труднопреодолимый барьер, который не позволит собрать более глубокую информацию. Скрытая камера, будучи обнаруженной, может стать причиной и настоящего конфликта.

С этим мне пришлось столкнуться в Бремене (Северная Германия), когда наркоманы заметили, что они попали (с достаточно большого расстояния) в поле зрения моей видеокамеры. От уничтожения разгневанным наркоманом ее спасло лишь вмешательство полиции. Аналогичная конфликтная ситуация возникла в глубинке южного Техаса (США), где мы снимали из медленно движущегося автомобиля ферму. Ее хозяйка была крайне возмущена, обвиняла нас в посягательстве на частную жизнь, в слежке, грозила судом. И только когда мы объяснили, что приехали из дальней России и просто хотим запечатлеть на память местные пейзажи, а не ее жизнь, она немного успокоилась и отпустила нас с богом.

Есть еще камеры видеонаблюдения, которые устанавливаются в больших магазинах, на улицах многих западных городов. Однако такие камеры ведут неизбирательную съемку, фиксируют все подряд, поэтому их материал лишен остроты исследовательского взгляда.

Наведение мостов между оператором и объектом

Во многих (но не во всех!) случаях более эффективным является санкционированное вхождение исследователя с камерой в поле. Ему дают разрешение на съемку, что позволяет снять этические проблемы, избежать конфликтов и отчуждения, сочетать съемки с другими методами сбора информации (наблюдение, интервью) и получать данные для углубленной интерпретации видеоматериалов.

Эффект присутствия фотографа, оператора в существенной мере уменьшается, когда он допускается изучаемыми людьми в свою среду для съемок и делает это относительно длительное время. Люди устают играть роли, позировать и начинают вести себя как обычно. Вот тут и можно начинать снимать.

Мне для снятия эффекта присутствия и одновременной экономии фото-материалов (до появления цифрового фотоаппарата) нередко приходилось имитировать съемку на этапе вхождения в среду, а когда люди расслаблялись и немного привыкали к камере, я начинал реальную съемку «на вскидку». В этом контексте она не вызывает риска негативной реакции и в то же время снимает негативный эффект позирования, игры перед объективом.

Проводя включенное наблюдение в общине немецких меннонитов в ФРГ, я попросил разрешение у руководства общины на видеосъемку. Меня тщательно расспросили о целях и методах видеосъемки. Совет пресвитеров, обсудив мою просьбу, разрешил снимать во время службы, но с оговоркой: делать это надо так, чтобы не мешать людям молиться. И с тех пор я не расставался с фото- и видеокамерами. Они постоянно были у меня в руках. Сначала это воспринималось настороженно и с удивлением. Но потом все привыкли, что этот странный русский все время снимает. И я включал видеокамеру во время богослужения, на домашних чаепитиях, на пикниках, в лагере переселенцев, в магазине и т. д. Камера стала обязательной частью моего облика.

Антропологи, изучавшие американских индейцев племени навахо, использовали оригинальный метод наведения мостов между исследователями и объектами съемок. Они научили индейцев обращению с кинокамерой и дали им возможность самим заснять свои традиции и ритуалы. Результатом этой работы стал фильм «Глазами навахо». В дальнейшем эта модель повторялась в других исследованиях.

В антропологии проводят различие между визуальными материалами самой культуры и визуальными материалами об этой культуре (*"records of" и "records about"*) (Proser 1998: 123). В первом случае носители данной культуры или субкультуры фиксируют то, что им кажется важным, интересным, красивым. В результате появляется текст с двойным смыслом: с одной стороны, там фиксируются проявления данной культуры, а с другой — в отборе сюжетов, ракурсов съемки проявляется система ценностей, норм, стереотипов, характерных для операторов, включенных в данную культуру. Отбирая объекты для съемки, они очень много говорят о себе и своем социокультурном поле.

Визуальные материалы, сделанные посторонним исследователем, также имеют два уровня смыслов. С одной стороны, это отражение изучаемой культуры или субкультуры, а с другой — эти материалы несут на себе отпечаток личности исследователя и той культуры, в которой он сформировался. Снимая, он выбирает «интересное», «значимое», «важное» и т. д., но это все социальные конструкты, возникающие в результате взаимодействия двух разных социокультурных полей. В отборе объектов проявляются теоретические концепции, которым следует исследователь, его жизненный опыт (то, что виделось многократно, не вызывает желания превратить его в объект съемок), образ и стиль жизни (стараясь снимать то, что является «необычным», «странным», но по отношению к чему?).

В исследовании потребительского поведения студенты, готовя экзаменационные работы по курсам «Поведение потребителей» и «Качественные методы в маркетинговых исследованиях», делали фото- и видеосъемки различных сторон потребительской практики своей среды. При изучении жизненных стратегий и повседневных практик мегаполиса я пытался вовлечь студентов в фиксирование разных сторон своей жизни с помощью фоторепортажей. Кроме того, в дневниках, размещенных в Интернете, отбирались любительские снимки, отражавшие жизнь молодежи.

Видеонаблюдение

Постоянное наблюдение ведет к тому, что человек к нему привыкает и ведет себя более или менее естественно, избегая, правда, тех форм поведения, которые могут вызвать осуждение наблюдающих. Традиционно видеонаблюдение использовалось для охраны общественного порядка в магазинах, на улицах и т. д. Потом этот прием стали широко использовать в телевидении. В нашей стране он получил популярность после телепередачи «За стеклом».

Фото- и видеодневник

Дневник исследователя может вестись как в письменной, так и в визуальной форме. В последнем случае он последовательно фиксирует основные наблюдаемые события, факты, явления. Визуальные материалы приобретают форму дневника, когда они упорядочиваются в хронологическом порядке, отражая череду наблюдавшихся событий. Снимаемые материалы тут же комментируются. Создается своего рода видеоблокнот.

Видеодневник может использоваться и как самостоятельный отчет об исследовании, и как исходный материал для более углубленного анализа. В последнем случае из него отбираются материалы, соответствующие тем или иным темам, и упорядочиваются с помощью редактирования.

Видеодневники особенно эффективны при проведении наблюдения в режиме гран-тур. Еще не известны четкие границы предмета исследования, совершенно неясно, какой материал является непосредственным контекстом, а какой совершенно не относится к теме, непонятно, что будет использовано. Видеодневник позволяет зафиксировать больше, чем увидел и оценил оператор. В дальнейшем, когда тема и подходы к ней прояснятся, материал, который казался лишним, может оказаться очень важным. Особенно полезно накопление такого материала при фиксации преходящих событий, к которым уже не вернуться после прояснения программы и сценария.

Полезным может быть и обычный письменный полевой дневник, обильно проиллюстрированный фотографиями. Лаконичные записи сразу же приобретают большую информативность.

Вторичный анализ визуальных материалов

Покажи, что ты снимаешь, и я много могу рассказать о тебе. В процессе съемки экстериоризируется внутренний мир человека. Снимая, он удовлетворяет те или иные свои потребности. Он фотографирует то, что ему кажется важным, интересным, что надо запомнить, что надо показать друзьям. Поэтому вторичный анализ массивов любительских фотографий—это важный инструмент изучения поведения людей, их потребностей и интересов. Домашние фотографии, в основном выполняемые с помощью «мыльниц», являются современным аналогом наскальной живописи, резьбы по кости и дереву в первобытном обществе. И как последние привлекают внимание археологов, так и современные семейные фотоальбомы должны быть в поле зрения всех изучающих поведение современных людей.

И здесь возможно совмещение количественных и качественных методов — контент-анализ любительских фотографий. За критерий классификации могут браться жанры, темы, снимаемые события и т. д. Контент-анализ дает нам количественную структуру любительской съемки. С помощью качественного анализа фотографий можно глубже проникнуть в смыслы, стоящие за цифрами таблицы. А глубокие интервью с фотографиями-любителями и их моделями позволяют проникнуть в мотивацию, увидеть механизмы социализации и т. д.

Объектом контент-анализа могут быть и фотографии, публикуемые в СМИ, рекламные объявления, видеоролики, фильмы, классифицируемые по жанру, теме и т. д. Интерес могут представлять и фотогалереи, создаваемые в Интернете. Правда, анализу визуального материала должен предшествовать анализ обстоятельств съемки: какой сценарий был у оператора, кто выступал режиссером, что хотели сказать актеры?

Матрица визуального наблюдения

Для того чтобы наблюдать социокультурные процессы с помощью фото- и видеотехники, можно использовать те же способы фокусирования, организации внимания, что и в обычном наблюдении. Назовем этот прием матрицей визуального наблюдения. Ее суть — в наборе вопросов или тем, которые необходимо отразить в процессе съемки, чтобы обеспечить и разносторонность получаемого визуального ряда, и максимальное проникновение в суть изучаемых процессов.

Если в обычном наблюдении матрица состоит из слов, с помощью которых мы описываем реальность, то в визуальном наблюдении объект структурируется с помощью двух основных приемов:

а) Кадрирование. С помощью видеоискателя исследователь из потока вещей, людей и процессов отбирает в рамку кадра те, которые считает необходимыми. Остальные элементы действительности могут в кадр просто не попасть.

б) Задержка кадра в процессе видеосъемки или серия кадров при фотосъемке. Останавливая движение камеры на каком-то объекте, оператор обращает внимание зрителей именно на него.

Тематическая матрица может включать следующие темы:

- место расположения, размещение, пространственная структура объекта; пространственный контекст объекта (панорамные ракурсы);
- действующие лица; портреты, фотографии и видеокадры в полный рост;
- наблюдаемая на объекте активность; снимки действий, отражающих суть происходящих процессов;
- кадры, отражающие материальную среду, в которой разворачивается изучаемый процесс;
- кадры наблюдаемых ярких событий, показывающих, как в кульминационные моменты проявляется их суть или случайные формы;
- последовательность событий (т. е. временная характеристика объекта), отражаемая в очередности кадров;
- кадры, отражающие наблюдаемые чувства, эмоции людей, находящихся на объекте.

Глядя на матрицу, исследователь как бы говорит себе: «Надо не забыть снять это и это». Каждый пункт матрицы — это жанровая характеристика подтемы исследования.

Другой вариант матрицы направлен на структурирование изучаемых процессов путем движения от общего к частному. Матрица фокусированного фото- или видеонаблюдения может включать в себя следующие элементы:

1. Общая этнографическая картинка наблюдаемых процессов. Это панорамные кадры.

2. Выделение в этнографической картинке понятий с помощью техники кадрирования (например, в исследовании шоппинга это «покупатель, совершающий покупку», «покупатель, празднично шатающийся по магазину», «консультант», «выкладка товаров в отделе Х» и т. д.).

3. Конструирование категорий. Это группировка понятий в крупные тематические блоки. С помощью этого процесса съемка фокусируется на предмете исследования. Например, при изучении уличной моды можно выделить категорию «одежда» и с помощью камеры фокусировать внимание зрителей именно на том, во что люди одеты.

4. Выделение субкатегорий — это подчеркивание в процессе съемки разновидностей, подтипов, наблюдаемых в пределах одной категории. Например, в категории «одежда» можно выделить с помощью камеры субкатегории «джинсы», «шорты», «юбки», «кофты» и т. д.

5. Выявление свойств категорий и субкатегорий. Любая категория и субкатегория имеют те или иные свойства. В процессе съемки внимание зрителей может концентрироваться на них. При съемке одежды оператор может фокусировать внимание на ее цвете, длине, контурах и т. д.

6. Конструирование шкалы измерения свойств. С помощью объектива вылавливаются такие ракурсы съемки, которые передают интенсивность проявления важных для наблюдаемого процесса свойств. Например, на демонстрации — количество участников и их эмоциональная активность.

Визуальные материалы в интервью

Порою визуальные материалы используются как средство организации интервью. Их показывают интервьюируемому и просят прокомментировать, высказать свое отношение к изображенным вещам, процессам, людям в тех или иных ситуациях. Особенно часто визуальные материалы используются при интервьюировании детей и тех категорий взрослых, которым трудно реагировать на сложные понятия, не используемые в их повседневной жизни, трудно создавать в воображении описываемые ситуации. Визуальные материалы могут быть использованы и для организации фокус-группы.

В психологии фотографии используются так же, как проективные техники. Можно показать организацию торговли, фотографии изучаемых това-

ров, ситуации потребления услуг, отраженные в видео- или фотоматериалах, для получения информации о возможных типах реакций людей на них.

Вышеописанные способы использования фотографий не являются собственно типом визуального исследования. Это скорее использование визуальных материалов в обычном качественном исследовании.

При проведении исследования в Германии иногда я использовал видеокамеру и как диктофон. Мои проводники показывали и рассказывали об организации церковной и семейной жизни, а я снимал, то, что они показывали, одновременно записывая и текст комментариев. Это существенно обогащало и речь, делая ее предельно наглядной, и видеоряд.

Однако возможен и иной вариант интеграции. Исследование начинается как сугубо визуальное: исследователь делает снимки или видеодневник, а потом просит своих героев в ходе интервью дать углубленные комментарии смыслов, стоящих за наблюдаемыми действиями.

Презентация визуальных материалов

Возможны разные варианты презентации фотографий и видеоматериалов.

1. Визуальные материалы выступают как дополнительные иллюстрации к тексту отчета, высвечивая отдельные его моменты.

2. Визуальные материалы — это самостоятельный текст, дополняемый текстом вербальным. Классический пример — книга **G. Bateson and M. Mead** *Balinese Character: a Photographic Analysis* (1942). Здесь 759 фотографий, исследующих культуру острова Бали, тематически упорядочены, выстроены в серии и говорят сами за себя. Однако рядом расположены тексты с комментариями к снимкам.

3. Визуальные материалы представляются без всяких или почти без всяких комментариев. Изображения сами говорят за себя.

ИНТЕРВЬЮ В КАЧЕСТВЕННОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Особенности интервью в количественных исследованиях. Особенности качественных исследовательских интервью. Специфика интервью в количественном и качественном исследованиях. Цели интервью. Отбор информантов.

Особенности интервью в количественном исследовании

Один из ключевых принципов исследования в рамках позитивистской методологии, берущей за образец естественные науки, состоит в том, что получаемые данные должны быть свободны от влияния процедуры их сбора, в т. ч. и от личности собирателя. Достоверность получаемых данных обеспечивается отстраненностью исследователя от изучаемого объекта. *«В методологии классического социологического исследования исследователь-наблюдатель находится только вне изучаемого процесса или явления: социальная реальность как объективная вещь отделена от исследователя, противопоставлена ему, выступает не сценой его действия, но объектом изучения, размышления»* (Готлиб 2004: 44). Трудно возразить против желательности реализации этих условий. Но в какой мере этот принцип разделения исследователя и объекта реализуем?

Никакое эмпирическое социальное исследование, опирающееся на прямое взаимодействие исследователя и человека, являющегося носителем искомой информации, не свободно от драматургической логики. И количественные исследования не являются исключением. Респондент всегда отвечает в контексте определенной ситуации, имеющей много измерений:

1. Восприятие личности интервьюера.
2. Способность интервьюера влиять на поведение, настроение, расположение респондента.
3. Оценка респондентом сценария (вопросника, анкеты) в тех или иных терминах («интересная», «слишком длинная», «дурацкая», «непонятная», «скудная» и т. д.).
4. Место интервью в структуре времени респондента (он спешит или не знает, чем заняться, он работает или отдыхает, уже устал или еще свеж и бодр и т. д.).
5. Место проведения интервью.
6. Наличие зрителей или дополнительных участников (наблюдатель, от которого в силу выбранного места не избавиться, порою стремится давать советы, подсказывать ответы, высказывать свое суждение и т. д.).

В результате получаемые в формализованном интервью данные неизбежно в той или иной мере несут на себе отпечаток атмосферы спектакля, называемого «интервью».

Особенности качественных исследовательских интервью

Качественные интервью используются в разных областях деятельности и соответственно имеют несколько разновидностей. Они различаются, прежде всего, своей драматургией. В них разные сценарии, разная режиссура, часто различные декорации.

1. Допрос. Его главными особенностями являются (а) жесткая властная иерархия общения (следователь-интервьюер выступает как властный и жесткий режиссер), (б) очень высокая степень недоверия интервьюера (следователя) к показаниям, (в) интервьюируемый часто кровно заинтересован в сокрытии правды. Поэтому достоверность таких интервью часто весьма сомнительна. Такое интервью нередко приобретает игровую форму: здесь каждая сторона стремится переиграть другую в своих манипуляциях информацией.

2. Интервью при приеме на работу. В этой ситуации интервьюер, представляющий работодателя, выступает в качестве единственного режиссера, который не уступает интервьюируемому ни грана власти и инициативы. Здесь общение не имеет столь иерархического характера, как при допросе, и носит гораздо более открытый, часто внешне доверительный характер. Правда, нередко здесь также допускается искажение, вытекающее из стремления кандидата на работу манипулировать впечатлениями, представить себя в более выгодном свете. Кандидат стремится сыграть себя идеально, что часто связано с сокрытием себя подлинного.

3. Терапевтическое интервью. Его целью является не получение информации, а лечение интервьюируемого. Сам откровенный рассказ имеет для него лечебный характер. Здесь врач играет очень открытого, сильного и понимающего человека. Он одновременно и режиссер, но мягкий, тактичный и вежливый.

4. Исследовательское интервью существенно отличается от всех выше перечисленных и по своей форме, и по целям. Его целью является получение достоверной информации. Для этого оно должно быть лишено всяких признаков иерархического общения, ведущих к стремлению информанта скрыть информацию, что-то недосказать, подретушировать картинку, сыграть чужую роль и т. д. В идеальном варианте оно должно быть таким же откровенным и доверительным, как терапевтическое интервью. Но при этом обе стороны выступают как равные, заинтересованные друг в друге собеседники.

Итак, *качественное исследовательское интервью* — это целенаправленная беседа, организуемая исследователем с целью получения необходимой информации.

Специфика интервью в количественном и качественном исследованиях

Интервью — один из наиболее распространенных методов сбора информации. По форме интервью весьма многообразны. В целом их можно разбить на две группы: формализованные (структурированные) и неформализованные (неструктурированные) интервью. Это континуум с промежуточными типами, различающимися по степени их формализации.

Количественные исследования опираются на формализованные интервью. Крайний вариант — интервью с закрытыми вопросами, где предложены все варианты ответов и респонденту остается только отметить выбранный ответ. Есть еще вопросы с открытыми ответами, которые затем кодируются для обработки.

Качественные исследования опираются на интервью с низкой степенью структурированности или вообще без таковой («свободные интервью»). Такие интервью различаются по степени своей жесткости, структурированности, но общепринятой терминологии для их обозначения нет.

С точки зрения формы, главная особенность качественного исследовательского интервью состоит в том, что это особая форма беседы, разговора (Kvale 2003: 19). В понимании его сути помогает тезис, сформулированный М. Бахтиным (1986): *«Чужие сознания нельзя созерцать, анализировать как вещи, как объекты — с ними можно только диалогически общаться»*.

Это существенно отличает его от формализованного интервью, которое представляет собой попытку получить максимально лаконичные («да» — «нет») ответы на четко поставленные вопросы. Существенные особенности имеет и цель качественного исследовательского интервью — описание и интерпретация элементов жизненного мира интервьюируемого субъекта (Kvale 2003: 187). Отсюда и разное название позиций: в формализованном интервью опрашивается респондент (в переводе с английского — «отвечающий на вопрос»), а в качественном — информант (не путать с «информатором» — человеком, сотрудничающим со спецслужбой).

Знание, получаемое в количественном интервью, лежит на поверхности. Оно сводимо к ответам типа «да» и «нет». Респондент хорошо владеет информацией, поскольку она касается его повседневной жизни, и надо только его попросить ею поделиться («Вам нравятся сигареты «Прима»?»). Ценность количественных интервью в том, что массив элементарной информации обобщается и описывает элементарные признаки большой совокупности людей.

В качественном интервью фокус смещается на глубинные механизмы человеческого поведения. Получаемое в нем знание не лежит на поверхности. Сам респондент нередко им не владеет, не подозревает о нем. Поэтому ему бессмысленно задавать исследовательские вопросы. Новое знание рождается в процессе взаимодействия интервьюера и интервьюируемого. Они вместе идут к ответам на вопросы, которые прежде перед информантом не стояли. Ответы — результат размышлений. Поэтому успех глубин-

ного интервью зависит в первую очередь от умения интервьюера слушать так, чтобы информанту хотелось рассказывать, делиться мыслями.

Если целью количественного опроса является описание элементарных характеристик большой группы людей, то в качественном цель сдвигается совершенно в ином направлении — *«получение качественных описаний жизненного мира субъекта для интерпретации их смысла»* (Kvale 2003: 124).

Качественное интервью обычно имеет *полуструктурированный вид*. Это означает, что, с одной стороны, в нем есть структура, а с другой — она имеет гибкий, нежесткий характер. Это проявляется в следующих особенностях формы:

1. Имеется перечень тем и вопросов.
2. Этот порядок, как и форма вопросов, открыт для изменений.
3. Ответы имеют открытый характер, т. е. заранее не готовятся и формируются информантом в той форме, какая ему кажется наиболее подходящей.

С точки зрения преследуемых целей качественное интервью может иметь две разные формы:

1. Разведывательное (explorative).
2. Проверяющее гипотезы.

Первая форма отличается очень мягкой структурой, вторая — более четко структурирована.

Цели интервью

С. Квале (2003: 13), описывая цели интервью, использует две метафоры: шахтера и путешественника. «Шахтер» добивается того, что *«в процессе анализа объективные факты и сущностные смыслы извлекаются с помощью различных техник и отливаются в определенные формы»*. При этом *«ценность конечного продукта, степень его чистоты определяется установлением его связи с объективным, внешним, реальным миром»*. Говоря проще, исследователь-«шахтер» ищет в интервью объективные факты.

Интервьюер-«путешественник» наблюдает, слушает, а потом реконструирует увиденное и услышанное в форме рассказов, адресуемых своим соотечественникам. При этом *«возможные смыслы, заключающиеся в исходных историях, дифференцируются и раскрываются посредством интерпретаций путешественника; рассказы превращаются в новые повествования, убедительные благодаря своей эстетической форме»*. Иначе говоря, целью такого интервью является интерпретация исследователем интерпретаций, услышанных от информантов, интерпретация их жизненного мира.

Являются ли эти цели взаимоисключающими? Думаю, что нет. Они могут сочетаться даже в рамках одного интервью. Как «шахтер» интервьюер отыскивает следы объективных фактов, как «путешественник» он

пытается понять, как его информант интерпретирует факты — реальные или вымышленные.

В ходе исследования шахтерского движения Воркуты я стремился получить информацию двоякого рода. С одной стороны, это была попытка реконструировать исторические факты, удаленные во времени — одни на несколько дней, другие — на несколько лет. Добиваясь этих целей, я действовал как «шахтер». Но с другой стороны, я пытался получить от своих информантов интерпретацию обсуждаемых событий, понять место забастовок, пикетов, повседневного труда в жизненном мире этих людей.

Качественное интервью вращается вокруг жизненного мира информанта. И эта особенность таит в себе опасность уйти в сторону психологии, в дебри его индивидуальности. Я веду интервью с данным человеком, но по сути дела мне важен он не как предмет исследования (это имеет место лишь в биографическом исследовании жизни конкретного человека), а как информант-эксперт, осведомленный о том или ином социокультурном поле. Я расспрашиваю его о его жизни, но в этом рассказе ловлю, прежде всего, информацию о тех элементах социальной структуры, с которыми он сталкивался, в его индивидуальной истории меня интересует модель совладания с условиями социокультурных полей, в которые он погружен. Иначе говоря, исследователь копается в индивидуальном, чтобы увидеть в нем проявление социального.

Особенность качественного интервью состоит в том, что при наличии общей цели исследования беседа с каждым информантом является индивидуализированным путем к ней. Сценарий каждого интервью корректируется применительно к особенностям информанта, его жизненного мира. Поэтому каждое интервью имеет свою тактическую цель, которая тем или иным образом вписывается в процесс движения к стратегической цели всего исследования. Каждый информант является экспертом в определенной области, поэтому цель формулируется с учетом его компетенции.

Отбор информантов

В количественном исследовании для ответа на вопросы респондент отбирается согласно жесткой процедуре, направленной на исключение влияния личного фактора интервьюера.

Если процедура предусматривает, что надо опросить старшего мужчину из квартиры № 35, то делается все, чтобы достать именно этого мужчину. И только если это невозможно, делается шаг в сторону (например, в соседнюю квартиру) в соответствии с тщательно прописанной процедурой. При этом столь долгожданный респондент может оказаться человеком, имеющим очень смутные представления об изучаемой теме.

В качественном интервью такой жесткий подход в принципе неприемлем. Здесь интервью проводится не с респондентом, а с информантом, т. е. человеком, способным описать и проанализировать изучаемую ситуацию. При этом он выступает источником информации не только о своей жизни,

но и о жизни других людей, находящихся в поле его зрения. В силу этого далеко не каждый имеющий доступ к интересующей исследователя информации может быть информантом.

При формировании выборки для глубоких интервью отбирают информантов, обладающих как минимум следующими *свойствами*:

1. Членство в социокультурном поле, которое входит в объект исследования. Правда, порою опрашиваются информанты, знающие данное поле извне (например, работники правоохранительных органов как источники информации о преступной среде, учителя, рассказывающие о современной школьной молодежи). Как дополнительный источник такой информант вполне приемлем, а часто и необходим. Но в данном случае они выступают не как информанты-эксперты, а лишь как эксперты, которые рассуждают в таком стиле: «Я там не был, но знаю, что...».

2. Способность быть экспертом по данному полю. Это предполагает наличие наблюдательности и определенных аналитических способностей.

3. Готовность сотрудничать с исследователем.

Разумеется, отобрать таких людей в незнакомой среде (а чаще всего приходится работать именно в ней) очень сложно, а часто и невозможно. Этот процесс может проходить не в один этап. При отборе информантов я обычно использую своего рода *«сепаратор»*.

а) Знакомство с кандидатом в информанты и поверхностная беседа с ним на разные темы. Этого этапа достаточно, чтобы отсеять людей, совершенно непригодных к роли эксперта по своей среде. Кроме того, непригодными оказываются люди, закрытые для полноценного общения с интервьюером. Причины такой закрытости могут быть самые разнообразные: одни замкнуты по натуре, у других я не вызываю достаточного расположения, чтобы долго говорить на серьезные темы, кто-то имеет слишком широкий перечень тем и сюжетов, помеченных грифом «секретно» или «интимно». И угадать заранее, на каких темах будет стоять такой гриф, часто просто невозможно.

б) Пробное глубокое интервью. Для него отбирается несколько наиболее важных и адекватных жизненному миру данного человека вопросов. Даже если его участие в исследовании на этом закончится, материал такого интервью тоже может быть использован. Такое интервью занимает относительно мало времени (30-40 мин.). Хорошо информированные, но не способные к наблюдению и анализу информанты отсеиваются на этом этапе. Здесь же отсеиваются и те, кто обладает достаточными интеллектуальными возможностями для роли эксперта, но имеет ограниченную информацию. Если информант соответствует всем выше перечисленным критериям, то с ним сразу же проводится *полное глубокое интервью*, охватывающее весь перечень вопросов.

с) *Повторное глубокое интервью.* Для него отбираются только те, кто в полной мере отвечает основным требованиям, предъявляемым к информантам. Обычно это люди, которые имеют так много сказать, что в одно интервью никак не уложиться. О повторном интервью договариваешься в конце первого интервью. Как правило, второе интервью получается лучше. Это уже общение знакомых людей, между которыми лед недоверия сломан. Порою в ходе второго интервью происходит возврат к темам, уже обсужденным в первый раз. Иногда обнаруживается, что тогда кое-что важное было недосказано или акценты в силу тех или иных причин оказались смещенными. Теперь же в ходе повторного интервью информант корректирует свои неточности, досказывает недосказанное.

В один разговор не войдешь дважды, с одним человеком не встретишься два раза. Вчера говорили одни люди (совершенно незнакомые), сегодня — другие.

В первом интервью Н. репрезентировала себя как уверенный в себе и успешный человек. На этом и расстались. Через неделю — повторное интервью. В промежутке между ними мы случайно встретились, и Н., как она рассказала потом, подумала: *«Боже мой! Этот человек, которого я встретила пару дней назад, знает обо мне все!»*. В ходе второго интервью это был уже иной собеседник: не скрывающий своих противоречий, признающий комплексы, слабости, свободно рассуждающий о них, не притчающийся за показной бодростью. Иной человек — иной характер информации. Но в любом случае мы не перешли в категорию обычных знакомых людей, что чревато существенными издержками. Это атомарное знакомство, вырванное из контекстов нашей жизни (феномен попутчика), толкающих к тщательному редактированию произносимых речей.

д) *Лонгитюдные глубокие интервью.* Для них оставляются наиболее интересные информанты, проявляющие достаточный интерес к участию в исследовании (дело, требующее немало затрат времени). С этими людьми глубокие интервью проводятся с разрывом во времени, достаточным для появления нового существенного материала по изучаемой теме. Такие информанты выполняют по сути дела роль проводников в том социокультурном поле, в жизни которого они осведомлены как эксперты. Оно используется в ходе исследования, целью которого является детальный анализ процесса. В этом случае интервью с одним и тем же информантом повторяется с определенной периодичностью. В отличие от повторного интервью, которое происходит в принципе в пределах одного момента социального времени, лонгитюдное интервью нацелено на описание ситуаций, привязанных к качественно разным отрезкам. Типичный вопрос, организующий такое интервью, звучит примерно так: *«И что произошло в Вашей жизни со времени нашей последней встречи?»*.

Отступления от этой поэтапной схемы отбора информантов обходились мне потерей большого времени и, следовательно, упущенными шансами для работы с эффективными источниками информации.

Для начала исследования в городе угольщиков мне нужен был информант, который сразу же введет меня в ключевые проблемы этого весьма специфического социокультурного поля, с которым до начала проекта я был знаком весьма поверхностно. Из бесед с людьми за пределами этого города заочно была отобрана подходящая кандидатура: преподаватель горного вуза, кандидат наук, старожил города, депутат городского Совета, умный и общительный человек, проявивший желание оказать помощь. Я и мой британский коллега сразу же начали с ним полное глубокое интервью. Оказалось, что с отбором данного информанта я совершил ошибку. Он действительно обладал всеми выше перечисленными качествами, но при этом он оказался патологически разговорчив. Количество произносимых слов существенно превышало объем содержавшейся в них информации. Удерживать разговор в рамках темы исследования оказалось просто невозможно: после первых нескольких вводных предложений по существу вопроса он сразу переходил к темам, которые в данный момент волновали его больше всего, но никак не вязались не только с изучаемой темой, но даже с самым широким ее контекстом. Все ответы содержали мало эмпирических фактов, но облекались в большие объемы рассуждений, основанных на вкусах, догадках, убеждениях информанта. И остановить интервью оказалось сложнее, чем его организовать.

Такого рода проколы случались в моей практике неоднократно. Они были неизбежны только в тех случаях, когда постепенное знакомство с информантом по тем или иным причинам оказывалось невозможным. Как показывает мой ограниченный опыт полевых исследований, риск встречи с такими информантами особенно велик в сфере политики. Здесь наблюдается большая концентрация людей, которые по формальным параметрам отлично подходят на роль экспертов по своему полю, готовы к интервью, но в то же время, как это ни странно, владеют незначительной эмпирической информацией (быть в поле и переваривать его информационные потоки — совершенно разные характеристики). В этой среде есть большая вероятность вместо обсуждения реально имеющихся данных оказаться втянутым в лекцию о судьбах мира, страны и идеологический монолог. В. Жириновский — наиболее яркая фигура этого типа. Проводить с ними глубокое интервью — бессмысленная трата времени. Часто такие люди используют интервью как пиаровскую акцию. Содержание речи целиком определяется конкретными условиями «спектакля». Поэтому полученная сегодня от них информация завтра будет опровергнута совершенно противоположной, исходящей из того же источника.

Как-то на банкете, организованном для прессы, я выслушал рассуждения В. Жириновского по одной из шекотливых тем и спросил: «Владимир

Вольфович, а во время своей поездки в Германию Вы собираетесь выступать в таком же духе?». В. Жириновский посмотрел на меня как наивного малыша, но вежливо ответил: «Ну, мы же интеллигентные люди и понимаем, кому и что можно говорить».

Объем выборки в интервьюировании определяется на основе общего принципа, применимого к любым качественным методам. Выборка имеет открытый характер, и до окончания исследования нельзя ответить, каков будет ее объем. Правда, в заявках на проведение исследования цифра планируемых интервью нередко звучит, но это скорее дань научной политике, а не методике.

«Сколько интервью необходимо? — часто звучащий вопрос. Столько, сколько надо, чтобы узнать то, что вы стремитесь узнать» (Kvale: 101).

СИТУАЦИЯ ГЛУБОКОГО ИНТЕРВЬЮ КАК СПЕКТАКЛЬ

Выход на сцену (проблема закомплексованности интервьюера). Структура спектакля. Продолжительность. Игра информанта. Интервью чужаку. Исполнение роли интервьюера. Свобода исследователя от ценностей. Костюм. Режиссура. Принуждение к углублению. Запись интервью. Ситуация скрытого интервью.

Ситуация интервью обладает свойствами социокультурного поля, т. е. характеризуется появлением надиндивидуальной реальности, которая не выводима из личностей ее участников (см. подробнее: Ильин 2003). Разновидностью поля является повседневный спектакль, ключевой особенностью которого выступает презентация себя в форме игры перед зрителями в контексте надиндивидуальной логики ожидаемого должного поведения, предписанного сценарием. Взаимодействие исследователя и информанта разворачивается под прессингом более или менее стандартных культурных форм.

Роль *сценария* (пьесы) выполняет гид (план, путеводитель) интервью. Он отвечает на вопрос: зачем я собираюсь делать интервью? Без четкого и детального ответа на этот вопрос нет смысла начинать интервью. В гиде прописана логика беседы, ее основные темы. Но структура гида и его стилистика — это отдельная тема. Сценарий интервью лучше держать в голове, а не на столе, хотя соблазн в этом есть. Бумага с вопросами в руках исследователя формализует ситуацию общения.

Гид строится как логически стройное и развернутое содержание будущего отчета, но реальная беседа ведется в жанре обычного общения. А это значит, что она может ходить кругами, перескакивать с темы на тему. Со стороны это может создавать впечатление сумбурности, но оно является предпосылкой непринужденности и открытости. Логика же интервью выдерживается исследователем в скрытом виде. Исследователь играет в тщательно продуманную и подготовленную спонтанность. Это, конечно, очень сложная и порою изматывающая процедура.

Спектакль под названием «Интервью» разворачивается на сцене, которая всегда (!) имеет *декорации*. Отсутствие видимых декораций — это тоже декорации. Они создают контекст спектакля. Их нельзя игнорировать ни при проведении интервью, ни при интерпретации его результатов. Смысл декораций двоякий. Во-первых, они являются структурой, в той или иной мере формирующей процесс общения, влияющей на его атмосферу, создающей или разрушающей комфортность, конфиденциальность и т. д. Во-вторых, декорации — это невербальный текст, дающий дополнительную информацию к тому, что нам сказал информант (см. подробнее: «Декорации»).

С одной стороны, при проведении интервью на предприятиях приходится сталкиваться с тем, что «стены давят» на информантов. Они говорят, как будто оглядываясь на невидимого контролера. Отсюда тенденция рассказывать «как надо». На разных предприятиях это давление декораций имеет разную силу. На ряде современных предприятий у работников возникают подозрения, что их прослушивают. И для исследователя не важно, является ли это правдой. Если люди верят, что стены имеют уши, то они говорят так, как будто стены и вправду напичканы микрофонами.

С другой стороны, при проведении на предприятиях интервью на производственные темы сама обстановка настраивает на нужный лад. Декорации (помещения, их обустройство, оборудование и т. д.) подсказывают исследователю уместные вопросы.

Выход на сцену

Прежде чем начнется спектакль, актер должен выйти на сцену. И эти шаги, невидимые зрителям, часто являются самым тяжелым этапом спектакля. Даже опытные актеры испытывают волнение перед новой аудиторией: как встретят? кто там сидит?

Аналогичные проблемы стоят и перед исследователем. Он должен подойти к незнакомому человеку так, чтобы у того возникло желание потратить свое время на общение с ним. Каждый выход — шаг в неизвестное: никогда не знаешь, на какой прием нарвешься. Такие страхи и сомнения, мучают всех, кто делает полевое исследование, независимо от опыта. Но особенно серьезной проблемой «выход на сцену» предстает для начинающих исследователей. Отсутствие опыта часто усугубляется личной закомплексованностью человека: он всегда боится контактов с незнакомыми людьми, боится презентации себя, а тут — выход в столь необычной для большинства роли интервьюера.

Закомплексованность (зажатость, скованность) — это психическая блокировка адекватной данному спектаклю игры. Механизм психический, но его основы социокультурные:

1. Это боязнь плохо сыграть роль, предписанную сценарием.
2. Как следствие — боязнь поражения: «надо мной будут смеяться», «я буду выглядеть нелепо».

Главный риск, вызывающий закомплексованность, — вероятность отказа потенциального информанта от интервью. Зажатость ведет к тому, что интервьюер подходит к потенциальному информанту с таким лицом и говорит таким голосом, что невольно порождает желание отказаться от общения.

Где же выход? Думаю, что он в соответствующем аутотренинге. Блокировка — психическое явление, поэтому и устранение ее возможно с помощью самовнушения. В нем можно выделить следующие основные элементы:

а) Внушение себе веры в успех (Формула: *«У меня все получится! Все получится! Я раскованный и обаятельный!»*).

б) Принижение последствий неудачи (Формула: *«Если откажется — ничего страшного! Это же не смертельно! Другой от*ветит. Отказ — это же так естественно! Мне плевать, если он откажется»*).

в) Снятие напряжения (*«Я спокоен и расслаблен! Расслаблен! Дыхание ровное! Мышцы расслаблены! Я совершенно спокоен!»*).

Разумеется, эти формулы отражают общий смысл. Конкретный же текст у каждого должен быть свой. По мере преодоления и снижения страха перед выходом на сцену формулы сокращаются, вообще уходят в область невербального самовнушения.

Лучшее лекарство от закомплексованности — частое и регулярное ее преодоление. От повторения ситуации выхода вырабатывается способность быстро расслабляться и настраиваться на общение.

Закомплексованность перед ожидаемым общением порождается тем, что предстоит нестандартная ситуация: обычно люди очень редко дают или проводят интервью. Страх порождается перспективой ломки череды обычных и легко предсказуемых ситуаций. Человек, которого мы хотим сделать информантом, не ждет от нас такого предложения. Он явно не готов к нему. Как он отреагирует?

В публичном пространстве (на улице, в кино или театре) в стандартных ситуациях встречаются либо люди-функции (пешеходы, зрители), либо индивиды. Места для отношений интервьюер — информант (респондент) тут нет. К человеку подходит другой человек с неожиданной просьбой, которая не вписывается в спектр ожиданий. А если к молодому человеку подошла девушка? Или наоборот? Ненаучные ожидания накладывают отпечаток на просьбу дать интервью, что вызывает диссонанс.

Где же выход? Он может быть в четком обозначении выполняемой роли и разрушении символов ожидания флирта. Например, девушка подходит с блокнотом и ручкой, которые обозначают ситуацию делового общения еще до того, как она откроет рот.

Если интервьюеры работают в паре, это ослабляет страх первого шага. Они смотрят друг на друга, воспринимают встречу с информантом как игру и легко включаются в нее. Есть, правда, риск, что игривость, веселость компании, снимающей через смех свой страх, не будут вовремя остановлены и восприятие потенциальным информантом всей ситуации будет окрашено налетом несерьезности.

Подойти к незнакомому человеку со странной просьбой страшно индивиду, боящемуся потерять свое лицо. Если же человек настраивается на то, что он просто выполняет свою функцию интервьюера, страх быстро пропадает. Человек входит в четко очерченную роль, оставляя все свои прочие личностные характеристики и волнения за скобками. Человек-функция (интервьюер) подходит к человеку-функции (потенциальному информанту).

Страх ослабляется, когда у человека нет выбора, когда он несется внешней для него силой. Одно дело — выпрыгнуть из самолета с парашютом самому, как и когда решишь, и совсем другое дело, если идешь в черед прыгающих, которые не оставляют пространства для раздумий. Так и при выходе в поле. Если за интервьюером стоит руководитель, требующий здесь и сейчас выйти на контакт, личный выбор, личное решение вытесняются чужой волей.

Вынос ответственности вовне проявляется и в тексте представления себя: «*Наша фирма проводит исследование...*» (к Вам подошел не я, а представитель безличной фирмы), «*Мне поручили...*», «*Я пишу курсовую работу...*» (Это не собственная воля, а принуждение со стороны преподавателя).

Соккрытие интервьюера за скорлупой анонимной роли может быть фактором, располагающим к откровенной беседе. Видимо, здесь возникает ситуация, аналогичная беседе в поезде со случайным, но приятным попутчиком. Информант спокойно выговаривается, полагая, что его мир никогда не пересечется с миром интервьюера и излагаемая информация никак не может влиять на их последующие отношения, не попадет в круг его значимых знакомых.

Именно отсутствие этого механизма взаимодействия анонимных ролей оказывается препятствием для глубокого и откровенного интервью с близкими людьми. Как это ни странно, но порою с этой категорией людей сложнее начать интервью. С отцом или братом невозможно принять роль анонимного интервьюера. Общение неизбежно принимает характер взаимодействия близких индивидов. И если в их прежних отношениях есть ледок, то и интервью не может избежать его. Вероятно, в этом парадокс ограниченного общения близких людей вообще. Такое общение часто тяготеет к поверхностному повседневному уровню. И порою вообще не оказывается времени для глубокой и открытой беседы. Как поется в одной песне, «*жизнь прошла, как не было, не поговорили*».

Интервьюирование знакомых людей, вписывающихся в выборку, порою привлекает мнимой легкостью его организации. Здесь не надо преодолевать барьер, разделяющий незнакомых людей, знакомый, как представляется, быстрее войдет в положение интервьюера. В реальности же часто такая ситуация является более сложной.

Общение знакомых людей, как правило, ограничено рамками определенных житейских спектаклей. Именно их тематика кажется «нормальной», «естественной». Превращение старого знакомого в интервьюера создает принципиально новую ситуацию общения. Она кажется «странной», а порою и «нелепой». Интервью — это институционализированное, формализованное общение, переход к которому привносит в отношения знакомых людей элемент искусственности, неловкости.

Знакомые люди имеют определенную общность жизненных миров, их опыт в той или иной мере переплетается. Поэтому их общение насыщено фоном, который подразумевается, но не проговаривается («Ты же это и так

знаешь»). Говорить под диктофон то, что известно обеим сторонам, — как-то странно, не говорить — текст становится не очень понятным для постороннего. Поэтому там, где такая ситуация возникает, интервьюер делает более или менее глубокие комментарии, раскрывающие содержание фона.

Если интервью требует проникновения в жизненный мир информанта, то его качество тесно зависит от темы беседы. Эти люди повязаны общими связями, у них есть свои проблемы взаимоотношений. И в этом контексте далеко не обо всем даже безобидном хочется говорить. В такой ситуации сказанное имеет значение с точки зрения будущих отношений этих людей.

В то же время интервью со знакомыми людьми порою имеет и определенные преимущества. Информант знает контекст жизни информанта, что позволяет более глубоко интерпретировать сказанное, избегать вопросов, бьющих впустую — мимо жизненного мира собеседника.

Согласие на интервью в определенной мере зависит от стилистики разговора. Д. Карнеги (1990: 58) советует: *«Добейтесь, чтобы ваш собеседник с самого начала говорил "да, да"». Старайтесь не давать ему возможности отвечать "нет"»*. Этот тезис можно уточнить: надо так формулировать вопрос, чтобы кандидат в информанты, пребывая в нормальном состоянии духа, не смог бы отказаться от беседы. Если мы позволим ему хотя бы раз отказаться, потом потребуются гораздо большие усилия, чтобы убедить его изменить позицию. В этом случае помимо логических соображений (*«у меня мало времени, а интервью мне совершенно не нужно»*), добавится психологический фактор: упрямство, нежелание идти на уступки и т. д. Разумеется, сформулировать этот тезис гораздо легче, чем его реализовать.

Просьба об интервью исходит обычно от неизвестного человека. Потенциальный информант не знает, что от него ждать, как будет использована полученная информация. Для успешного вхождения в поле порою может быть полезна презентация исследователем себя через дарение своих предшествующих публикаций.

Работая над проектом, посвященным аппарату российских профсоюзов, я должен был попасть в региональную федерацию профсоюзов. И попасть не в качестве разового визитера, а открыть ее двери для систематической работы. Там у меня уже был знакомый. Он сказал, что проблем не будет. Но вскоре позвонил и сообщил, что председатель категорически против. Я пришел к председателю. Тот встретил меня с настороженностью, почти переходящей во враждебность. Выслушав мое описание целей исследования, он сказал: *«Знаю я вас, социологов! Вам платят деньги, чтобы вы нас компрометировали»*. Я, с трудом сдерживая раздражение, ответил: *«Я не думаю, что у "них" или у вас хватит денег, чтобы меня купить. Сожалею, что Вы не правы. Вот Вам моя книга о шахтерах»*. На этом мы и распрощались. Через несколько дней мне звонят из федерации: *«Председатель прочел Вашу книгу и дал указание пустить Вас в наш архив, предоставлять все необходимые документы и свободно с Вами общаться»*.

Так старая работа совершенно неожиданно открыла двери в профсоюзную федерацию. Для меня это было неожиданно, т. к. мою книгу трудно было заподозрить в комплиментарном описании роли традиционных профсоюзов в исследуемых событиях. В дальнейшей работе в Воркуте я также нередко использовал свою книгу «Власть и уголь» как пропуск. Далеко не все соглашались с моим видением событий, но в целом книга признавалась достаточно объективной, показывала, что можно ожидать от автора в будущем, и располагала к общению.

Продолжительность интервью

Организация глубинного интервью особенно сложна, т. к. такая встреча требует, как правило, 1,5-2 ч. Нужны очень веские причины, чтобы незнакомому человеку, часто представляющемуся по телефону, дать согласие на столь длительную встречу, от которой можно ждать какой угодно скуки, бессмыслицы, психологического дискомфорта и прочих «прелестей» общения, с которыми сталкивался каждый.

Я пытаюсь избежать этого страха информанта обещанием задержать на 15, максимум — 30 мин. И тут нет никакой нечестной игры. Когда условленное время расставания подходит, порою обнаруживается, что данный человек в силу тех или иных причин плохо подходит на роль информанта. Тогда краткость встречи — благо для исследователя, которому не надо тратить время впустую с человеком, который либо не владеет искомой информацией, либо не хочет ей делиться и «вешает лапшу на уши», либо не в состоянии внятно и логически четко анализировать известный ему мир. Если же информант оказался искомым человеком, то я его спрашиваю: «У нас еще есть время?». И если беседа ему показалась интересной, а я не вызвал аллергии, то он сам предлагает продлить разговор.

Достоинство качественного интервью в его глубине и гибкости. Нередко достичь цели в рамках одной встречи бывает затруднительно. Разумеется, можно вести интервью до исчерпания темы, но это порою требует очень много времени.

Самое длинное интервью, проведенное мною, длилось 8 часов. Это была увлекательная беседа с молодой немецкой переселенкой в ФРГ. Однако при таком длительном и интенсивном общении теряется способность четко отслеживать нить разговора, ловить пропущенные нюансы и устранять их с помощью уточняющих вопросов. Потом, уже при анализе текста интервью, стало ясно, что я пропустил много возможностей фокусировки беседы на важных деталях.

Опытным путем я пришел к выводу, что оптимальное глубокое интервью не должно превышать 1,5-2 ч. С одной стороны, этого достаточно, чтобы организовать содержательную беседу и достичь поставленной цели, а с другой стороны — средний человек нормально выдерживает интенсивное общение в пределах такого времени.

Однако часто достичь главной цели интервью в пределах этого отрезка времени без потери качества проблематично. Выходом может быть повторное интервью. Другой вариант можно назвать лонгитюдным интервью, т. е. серия обычных интервью, проводимых через относительно длительные интервалы.

Структура ситуации интервью

Ситуация интервью делится на *три части*:

1. Введение. В этой части интервьюер объясняет цель и задачи исследования. Это банальный тезис. Однако часто эта часть интервью оказывается очень неудачной. Прослушивая записи своих интервью, я порою ужасался: как топорно сформулирована первая фраза! А ведь именно она должна расположить к беседе. А я нередко начинал так, что при прослушивании записи я не мог удержаться от вывода: «*После такого начала мне не хотелось бы участвовать в интервью*». Тут экспромт явно неуместен. Разговор еще не начался. Язык интервьюера «не разогрелся». «Корявая» ситуация порождает корявый язык. Между тем надо предельно точно и интересно (!) сформулировать тему исследования и обговорить все организационные моменты. Во введении интервьюер спрашивает разрешение воспользоваться диктофоном, гарантирует конфиденциальность. Эта часть должна быть предельно лаконичной и информативной. В противном случае она вызовет у потенциального информанта только желание побыстрее расстаться с исследователем.

Поскольку благоприятная ситуация в качественном интервью особенно важна, то порою уместна своего рода *увертюра* — вступительное общение. Это разговор на любую уместную тему, часто далекую от темы интервью (погода, транспорт и т. п.). На этой фазе я порою брал на себя роль рассказчика, как бы вовлекая моего информанта в разговор. Правда, увертюра представляет собой крайне щекотливый момент. Если информант — занятой человек, то очень легко переборщить, добившись обратного эффекта: тебя будут воспринимать несерьезно. Оптимальный вариант для увертюры — интересная для информанта тема, которую можно лаконично раскрыть, продемонстрировав свою открытость, информированность и другие важные для предстоящего общения качества.

2. Основная часть интервью. Она внутренне структурирована. В первой части решается задача создания благоприятной атмосферы. Здесь желательны простые, но интересные для интервьюируемого вопросы. Если тема исследования позволяет, то можно начинать с просьбы рассказать об основных вехах биографии. Это тема, где каждый чувствует себя экспертом, где все ему интересно. Поэтому такое начало может создать плацдарм для выхода и на другие темы. Разумеется, далеко не всегда такое начало уместно. В

интервью, которые я проводил по вопросам реструктуризации менеджмента, такой заход был бы очень неуместным, особенно учитывая временные ограничения общения в пределах рабочего дня информанта. К щекотливым вопросам, требующим благоприятной атмосферы, переходят к середине интервью. Если интервьюер смог расположить информанта к откровенной беседе, то здесь могут оказаться уместными вопросы, которые показались бы бестактными в первой части интервью. В конце, когда интервьюируемый устал, задаются вопросы, не требующие большого интеллектуального напряжения. Эта часть важна и для затушевывания в памяти информанта факта обсуждения щекотливых вопросов.

Помните, как Штирлиц в «Семнадцати мгновениях весны», увидев, что гестаповцы пронесли его чемодан с рацией, обдумывал технологию непринужденного выведывания у своих коллег столь щекотливой информации. Главное, чтобы никто не заподозрил, что он интересуется этим чемоданом. Особое значение он придал входу и выходу из разговора. Если потом будут вспоминать, зачем приходил Штирлиц, то вспомнят первые фразы (формальная причина прихода в кабинет) и последние слова, с которыми он уходил. Обмен словами в середине разговора окажется забытым. О происхождении рации он узнал, шутливо спросив о планах гестаповца на отпуск и кивнув на чемодан.

Этот принцип может быть важен и в интервью. Если закончить щекотливыми вопросами (об уплате налогов, неформальных отношениях или сексуальных установках), то в дальнейшем у информанта может сложиться впечатление, что именно ради этой информации исследователь и приходил. Если же в последней части разговор плавно переходит на совершенно открытые и простые темы, то воспоминание останется иным.

Интервью — это динамичный спектакль, в котором информант не мог выучить все слова роли. Он отвечает экспромтом на вопросы, для которых не готовил ответы. Поэтому нередко в условиях дефицита времени, отводимого в рамках беседы на обдумывание, он выдает лишь информацию, лежащую на поверхности или на кончике его языка. За этим стоит дефект памяти, которая не может быстро актуализировать всю содержащуюся в ней информацию по первой же просьбе интервьюера. Если удовлетвориться одним вопросом по важному сюжету и одним быстро данным на него ответом, то велик шанс собрать мифы, стереотипы, отблески идеального «Я». При этом информант вполне искренен и не пытается играть роль из чужого ампула.

Выход может быть в заходе на одну и ту же тему не кругами, а через спираль. Простые повторы одного вопроса не могут не вызывать раздражения. Если же возвращаться к одной и той же теме с разрывами во времени, чередуя общие и уточняющие вопросы,

то можно заставить информанта напрягать память раз за разом в одном и том же направлении. В результате ответы в конце интервью могут очень существенно отличаться от того, что было услышано в его начале. В ходе глубокого интервью исследователь действует порою как психоаналитик, помогающий своему собеседнику раскапывать в дебрях его памяти детали, механизмы, погребенные под пеплом времени.

3. *Заключение интервью.* В этой части выясняется, все ли, с точки зрения информанта, вопросы были затронуты, ведь его видение темы может существенно отличаться. Иногда в качестве заключения мною использовался обобщающий интерпретирующий вопрос: *«Таким образом, как я понимаю, жизнь складывается нормально?»*. Нередко в этот время диктофон уже выключен. Созданная атмосфера и выключенный диктофон порою стимулируют интервьюируемого сделать существенные дополнения, уточнения. В моей практике иногда именно эта часть давала самую интересную информацию.

Игра информанта

Информант нередко вынужден быстро отвечать на вопросы, которые прежде обсуждать и обдумывать не приходилось. И вот на вопрос звучит ответ, как будто заранее заготовленный. Он кажется лежащим на поверхности. Порою за ним стоит влияние идеального «Я», давление норм, диктующих должное поведение. Возникает соблазн сыграть более или менее идеализированного героя. Часто за этой игрой стоит бессознательное стремление выглядеть лучше, приличнее, «привстать на цыпочки» перед посторонним человеком, который тебя не знает. Зачем же перед ним обнажаться до неприличия? А если интервьюер симпатичен, вызывает уважение, то соблазн манипулировать впечатлением возрастает еще более. Как пробиться к реальной личности информанта и его реальному опыту?

Один из способов — уводить информанта от рассуждений о ценностях, от общих оценок себя и своей судьбы к описанию простых повседневных практик. Не поступков, а именно полуавтоматических практик, которые предстают как «очевидные» и «само собой разумеющиеся». В них нет пространства для проявления достоинств личности, как и для ретуши ее не очень привлекательных сторон. При внимательном «раскручивании» технологии таких практик нередко рассуждения об общих принципах остаются в стороне моральной декларации, зависшей в облаках. Серия описаний схожих практик приближает к реальному «Я», т. к. писать экспромтом сценарии многочисленных безобидных житейских ситуаций — занятие и трудное, и бессмысленное.

В исследовании потребительского поведения молодежи информант, поняв, что исследователей интересует проблема потребительства, активно подчеркивал свое равнодушие к материальному миру, приоритет духовных

ценностей и интересов. Но при переходе к описанию повседневности он совершенно естественно оторвался от вполне искренне разделяемых им нематериалистических ценностей и начал описывать свою жизнь, переполненную заботами о деталях одежды, о производимом им впечатлении. На каждом шагу детали повседневности начали противоречить продекларированным общим принципам и ценностным ориентациям.

Человек играет свою роль не только словами, но и мимикой, жестами. Выражение лица у неумелого актера порою обнажает смыслы, лежащие за словами. Важным дополнительным текстом являются глаза информанта. Возможны разные формы их контакта с глазами интервьюера: глаза в глаза; блуждающий взгляд; взгляд в сторону.

Когда разговор идет глаза в глаза, пространство для двойной игры существенно уменьшается (если, конечно, информант не является опытным актером). За блуждающим взглядом может стоять поглощенность информанта собственной речью, озабоченность ее внутренней логикой. При этом глаза интервьюера ему только мешают, поэтому он скользит взглядом, не видя, и по интервьюеру, и по интерьеру. За такой автономностью может стоять самая разная степень искренности. Взгляд в сторону может скрывать неискренность, но жесткой связи этой характеристики с достоверностью произносимых слов нет. Есть люди, которые никогда не смотрят в глаза собеседникам, даже отвечая на самые банальные вопросы.

По интенсивности жестикуляции можно судить о том, насколько тема интервью заинтересовала и заинтересовала информанта. Правда, важна не сама интенсивность, а ее изменение, т. к. у разных людей один и тот же уровень волнения передается разной динамикой жестикуляции и мимики.

Интервью чужаку

Информант отвечает на вопросы конкретного человека. И его ответы во многом определяются тем, как он относится к нему, кем он его представляет и т. д. Поэтому один и тот же информант может дать разные ответы на один вопрос, произнесенный разными интервьюерами.

Нередко встречающаяся ситуация — иностранец как исследователь. Как на него реагируют информанты? Мне приходилось делать в России интервью с моими коллегами из Великобритании и США. Однозначной характеристики роли статуса иностранца на поведение информанта у меня нет. Многое зависит от степени патриотизма интервьюируемого человека и от того, как он понимает патриотизм.

В советский период в массах формировалось убеждение, что «сор из избы не выносят», поэтому иностранцы не должны знать о теневых сторонах нашей реальности, даже если ее нельзя скрыть. Иностранец, фотографирующий мрачные пейзажи наших городов, вызывал негативное отношение не только у чиновников и чекистов. Нередко считалось дурным тоном делиться с чужими проблемами, о которых можно было свободно говорить в своем кругу.

Помню, как во время поездки в Чехословакию в 1976 г. один из членов туристической группы сказал в разговоре местному жителю, что у нас еще есть деревни, где до сих пор нет электричества. После этого к нему подошла девушка из нашей группы и возмущенно спросила: «Зачем ты ему так сказал?». «Так это же правда! Я сам видел!». «Мало ли что ты видел! Зачем же перед иностранцем позориться?».

В постсоветский период этот тип патриотизма уменьшился, но нередко он встречается и сейчас.

В начале 1990-х гг. я проводил вместе с моим коллегой из Великобритании интервью с одним из лидеров шахтерского движения. Шахтер, который принадлежал к очень воинственному профсоюзу, отвечал на вопросы как-то пространно, уходил от конкретных ответов и вообще производил странное впечатление. Мой коллега не говорил по-русски, и я ему все переводил. Когда интервью закончилось, профсоюзный лидер подошел ко мне и искренне спросил: *«Ятам ничеголишнего не наболтал?»*. «Да нет», — с недоумением ответил я, не понимая, что может быть в нашей теме лишним. «Ну, ты, когда будешь ему объяснять, подредактируй...».

В дальнейшем мне приходилось наблюдать, как мои соотечественники, более чем критически воспринимающие нашу жизнь и особенно политику Кремля, в беседе с иностранцами вдруг превращались в ярых официальных патриотов, не уступающих в своих суждениях представителю президента на встрече с иностранными корреспондентами. Такое превращение мне приходилось наблюдать и на Западе: человек, очень критически настроенный по отношению к окружающей его жизни, вдруг превращался в подслеповатого, болезненно чувствительного и неискреннего патриота в общении с иностранцами. Проводя интервью в США, я тоже часто сталкивался с повышением уровня патриотизма у моих собеседников. Им хотелось пожалеть меня за то, что я вынужден жить в России и не могу перебраться в Америку. Такой патриотический фон нельзя было не учитывать при интерпретации ответов на частные вопросы.

Однако самокритичные патриоты в Америке мне попадались довольно часто. Их откровенный разговор о язвах и проблемах своей страны, как мне кажется, не противоречил их патриотизму. За критикой стоял непродуманный тезис: *«Да, у нас много всякой дряни и пороков. Но все равно в мире нет страны, которая была бы лучше!»*.

Противоположный, менее распространенный вариант искажения позиции в той же ситуации общения с иностранцем я наблюдал у представителей прозападной либеральной интеллигенции. Столкнувшись с человеком с Запада, они порою вдруг начинали посыпать голову пеплом и петь дифирамбы «цивилизованному миру». Когда не хватало реального пепла, использовались его заменители.

Другой вариант игры с чужаком имеет более частный характер. Чужак — это тот, кто живет иной жизнью.

Мне часто приходилось сталкиваться с такой ситуацией при изучении повседневной жизни немецких переселенцев из стран СНГ в Германию. Они сделали решающий, нередко самый важный шаг в своей жизни: бросили все и уехали. И здесь многие столкнулись с массой проблем, о которых раньше и не догадывались: оказалось, что их тут и за немцев не признают, и работы нет, а та, которая есть в перспективе, — несопоставимо хуже оставленной в России (нет знания языка, не признается советский диплом и т. д.). Исследователь, расспрашивающий их о жизни, — чужак, не сделавший такого шага. Говорить ему о своих нынешних проблемах — значит признать ошибочность или сомнительность своего стратегического выбора.

И здесь срабатывает механизм, который З. Фрейд называл «рационализацией»: уже сделанный шаг оправдывается в рациональных терминах. При этом приводимые факты, даже при наличии ощущаемой их корректировки, плохо стыкуются с бодростью, которая является реакцией на ситуацию общения с чужаком, бывшим соотечественником.

Это довольно распространенный комплекс эмигранта: у меня все хорошо, здесь лучше, чем у вас, а будет еще лучше! Где кончается терапевтическое самовнушение, игра и начинается откровенный рассказ, определить порою весьма сложно. Откровенная информация идет, когда рассказывается о прошлом. Лейтмотив прост: нам было трудно, но мы все преодолели, и сейчас наша жизнь прекрасна. Те, кому пока так искренне сказать нельзя, нередко избегают интервью.

Исследователь сталкивается с игрой для чужака, делая интервью с руководителями предприятий и организаций, т. е. с теми, для кого изучаемый объект — ключевая часть их идентичности («Покажи мне свое предприятие, и я скажу, какой ты менеджер» — понятный принцип их внешней идентификации). Отсюда желание приукрасить положение, прикрыть негативные факты, не показать всех проблем. Нередко за этим не стоит рациональной озабоченности коммерческой тайной (это особый тип помехи), просто идет патриотическая игра.

Что делать с патриотическими помехами? Выход только один: снимать их в процессе сопоставления информации из разных источников, отсекальзывающие в интервью факты от оценок. Порою помогает самокритичный подход исследователя, который как бы приглашает к честной беседе, откровенно рассказывая о проблемах своей страны, своего университета или своих собственных. Откровенность часто является платой за откровенность.

Исполнение роли интервьюера

Самый блестящий инструментарий может не спасти интервью от провала, если интервьюер плохо исполняет свою роль. Главная цель исполнения состоит в том, чтобы информант охотно общался на предложенную ему тему. Если такого желания у него не появится, то полноценное глубокое интервью не получится.

Какие требования предъявляет логика спектакля под названием «Глубокое интервью» к игре главного исполнителя? Для ответа на этот вопрос очень полезным могут быть советы, сформулированные Дейлом Карнеги в его работе «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей». Здесь в заголовок вынесены те же цели, которые ставит перед собой исследователь, идущий на интервью: ему надо стать другом информанта и оказать на него влияние с целью получения нужной информации. Д. Карнеги сформулировал следующие принципы, которые легко переносятся на ситуацию интервью.

/ . Улыбка. Д. Карнеги (1990: 35) пишет: *«Вы должны испытывать радость, общаясь с людьми, если хотите, чтобы люди испытывали радость от общения с вами»*. Искренняя и уместная улыбка интервьюера — это инструмент создания благоприятной атмосферы интервью. Такая улыбка как в зеркале отражается на лице собеседника ответной улыбкой. И здесь наблюдается причинно-следственный круг. С одной стороны, улыбка отражает хорошее настроение, но с другой — она его и порождает. Если интервьюер умеет владеть своими чувствами, то он оставит плохое настроение на пороге того дома, где проходит интервью. Если он это делать не в состоянии, то он занялся не своим делом. Спасением является лишь счастливая жизнь, не дающая повода для кислого выражения лица. Разумеется, речь идет лишь об искренней улыбке. Поэтому в нашей профессии мы должны управлять не лицом, а чувствами, восприятием мира, а не губами. Улыбка интервьюера формирует положительный ресурс исследовательской ситуации. Как пишет Д. Карнеги (1990: 37), *«она обогащает тех, кто ее получает, не обедняя при этом тех, кто ею одаривает»*. Обычно трудно видеть себя со стороны, поэтому эти нюансы ускользают из поля зрения. Но при повторном интервью можно попытаться взглянуть на себя глазами информанта.

«В прошлый раз, — говорит информантка, — Вы были каким-то серьезным, неулыбчивым. Мне порою казалось, что Ваши мысли убегают от моей болтовни куда-то далеко». Я был очень удивлен таким описанием меня. Я был уверен, что вел себя раскованно, открыто и весело. Оказалось, что не так. Не в этом ли ключ к пониманию не очень удачного первого интервью? В ходе повторного интервью я уже принял меры по усилению контроля своей мимики. Нет, мне не надо было изображать себя более доброжелательным, чем я есть на самом деле. Просто выработалась дурная привычка загонять свою веселость и доброжелательность под маску строгости. Возможно, это следствие профессионального кренинизма преподавателя с большим стажем?

2. *Интерес к собеседнику.* Как писал Д. Карнеги (1990: 31), *«искренне интересуюсь другими людьми, молено в течение двух месяцев завоевать больше друзей, чем их можно приобрести в течение двух лет, пытаясь заинтересовать других людей своей особой»*. Для интервьюера этот принцип особенно важен. Ему нужна открытость и готовность ин-

форманта к сотрудничеству, а не наоборот. Поэтому информант выступает для исследователя как потенциально увлекательная книга, которую надо суметь открыть, прочесть и понять. Если подлинного интереса к собеседнику нет, то скрыть это сложно. Информант это заметит и сразу же потеряет интерес к беседе, сделает все, чтобы побыстрее ее закончить. *«Люди, — подмечает Д. Карнеги (1990: 32), — не интересуются вами. Они не интересуются мною. Они всегда интересуются самими собой — утром, в полдень и после обеда»*. Но исследователь не может быть таким же, как большинство. Условием его профессионализма является любознательное отношение к другим. Если этого отличия нет, то стоит задуматься о выборе профессии или о переходе к иным методам исследования. Интерес к собеседнику означает способность видеть, фиксировать его достоинства и умело вспоминать о них. Как пишет Д. Карнеги (1990: 33), *«всем нам, кем бы мы ни были — мясниками ли, пекарями или королями, восседающими на тронах, — всем нам нравятся люди, которые восхищаются нами»*. И информанты в своем большинстве не являются исключением из этого правила. Речь не идет о лести. Этот прием срабатывает только с очень простыми и даже примитивными людьми. Лесть — это лживая или поверхностная похвала. Если информант ее обнаруживает, это дает противоположный эффект, подрывая доверие к интервьюеру, а то и вызывая раздражение. Лесть является показателем отсутствия реального внимания к человеку: нам лень всмотреться в его личность, у нас не хватает ума или зрения, чтобы увидеть его достоинства. А любой человек полон как достоинств, так и недостатков. Их надо лишь увидеть. И если это удастся, то собеседник будет искренне польщен — не тем, что ему сделали комплимент, а тем, что к нему проявили внимание, позволившее обнаружить достоинство, о котором он и сам знает.

3. Внимательное отношение к тому, что говорит собеседник. Д. Карнеги (1999: 42) советует: *«Будьте хорошим слушателем. Поощряйте других говорить о самих себе»*. Он рассказывает о своей встрече с известным ботаником, который его очаровал. На званом обеде они общались несколько часов. Уходя домой, ботаник сказал хозяину, что Карнеги — «самый интересный собеседник». И Д. Карнеги так прокомментировал этот комплимент: *«Интересный собеседник? Но ведь я почти ни слова не промолвил. Да я и не мог бы ничего сказать, далее если бы захотел... Но вот что я сделал: я напряженно слушал. Я слушал потому, что был искренне заинтересован. И он это почувствовал... Такое проявление внимания — один из величайших комплиментов, какие мы можем сделать кому бы то ни было»*. Умение интервьюера сыграть роль внимательного и понимающего слушателя — одна из ключевых предпосылок успеха глубокого интервью. Особенно большой эффект такое внимание оказывает на людей, которых раньше никто внимательно не слушал. Люди с высоким статусом также чувствительны к внимательности собеседников. Многим людям особенно приятно, когда проявляют интерес к их судьбе.

При работе над справочником «Кто есть кто в Республике Коми», я посылал студенток третьего курса для проведения интервью к управляющим банками и министрам. Они сами договаривались о встречах и не получили ни одного отказа, не встретили ни одного человека, который бы вымучивал из себя ответы.

4. *Использование имени собеседника.* Д. Карнеги (1990: 37) советует: «Среднего человека больше интересует его собственное имя, чем любые другие имена во всем мире, взятые вместе. Запомнив это имя и непринужденно употребляя его, вы делаете такому человеку тонкий и весьма эффективный комплимент». Это правило может разворачиваться в ходе интервью в разные варианты. Очень важно, прежде чем договариваться об интервью, узнать имя кандидата в информанты. Предварительное знание имени подчеркивает значимость человека, а кому не приятна такая информированность? Особенно это важно при организации интервью с лицами, обладающими высоким статусом и еще более высокой самооценкой. Для начальника порою весь мир сводится к кругу его подчиненных, поэтому появление интервьюера, который никогда не слышал его имени, может быть для него неприятным открытием. Частое, но уместное использование имени (имени и отчества) информанта в ходе интервью тоже ласкает слух, улучшая атмосферу спектакля. Этот прием усиливает эффект близости. Для людей с низким статусом очень приятно, когда их называют по имени и отчеству. Вероятно, их так никто не зовет, и появление исследователя, который увидел в бомже Кольке Николая Ивановича, оказывается для него приятным сюрпризом. Если информанту нечего скрывать, то ему может быть приятной перспектива увидеть свое имя в перечне людей, которые оказали помощь советами и информацией. Такие перечни часто включаются в книги и статьи.

5. *Разговор о том, что интересно собеседнику.* Разумеется, объект интереса информанта может не совпадать с темой исследования. Однако в любом интервью найдется место для уклонения в сторону темы, которая особенно близка информанту. Это приведет к некоторой потере времени, но уход в сторону хобби может быть легко компенсирован информантом, который найдет возможности увеличить время интервью даже при самом плотном графике работы. Через разговор о «самом главном» мы духовно сближаемся с нашим информантом, что открывает его и при беседе на важную уже для нас тему. Поэтому весьма полезно еще до начала интервью что-то узнать о пристрастиях информанта. Если это человек с высоким статусом, то об этом можно узнать из публикаций или от его подчиненных (например, в приемной у секретаря). Ключ может быть найден и во внимательном анализе интерьера офиса, дома, в случайно оброненных словах или в результате прямого вопроса относительно увлечений.

6. «Всегда внушайте своему собеседнику сознание его значимости» — советует Д. Карнеги (1999: 44). Он приводит пример из своей жизни, когда ему удалось расположить к себе служащего почты: «Испросил

себя: "Что в нем такого, чем я мог бы искренне восторгаться?". Ответить на этот вопрос бывает иногда трудно, особенно когда речь идет о людях незнакомых, но в данном случае это оказалось легким делом,... И вот, когда он взвешивал мой конверт, я с восхищением заметил: "Хотелось бы и мне иметь такую шапку волос, как у вас"... Он был бесконечно доволен». Это правило прекрасно подходит к ситуации интервью. Если мы внимательны, то не составит большого труда заметить достоинства, отличающие нашего собеседника, и упомянуть о них. И среди этих достоинств есть такие, которыми мы не обладаем. Упомянув их, мы предлагаем нашему информанту подняться в иерархии происходящего или предстоящего спектакля выше нас. И он ответит благодарностью, приняв на себя роль откровенного учителя и эксперта.

7. *Отказ от спора.* Д. Карнеги касается этого принципа, утверждая, что «в споре нельзя одержать верх». Но исследователю и нет нужды побеждать своего информанта в дискуссии. Ему нужна только достоверная и полная информация. Поэтому что бы ни утверждал наш информант, нам нет смысла переубеждать его, противопоставляя свою точку зрения и веские аргументы. Информант, побежденный нами в споре, перестает быть для нас источником информации. Иногда могут быть уместны лишь элементы, имитирующие спор, с целью подтолкнуть информанта к более четкому и аргументированному изложению позиции, поиску дополнительной информации, которая, как ему кажется, эту позицию подтверждает. Не спор, а уважительное сомнение в позиции информанта может придать интервью дополнительный позитивный импульс. И здесь важна лексика. Есть лексика убежденного спорщика («нет сомнений», «явно», «всем очевидно; что» и т. д.). Она провоцирует конфликт, а не желание поделиться знаниями и мыслями. И есть лексика, стимулирующая мысль информанта, столкнувшегося с мягким сомнением: «Возможно, я ошибаюсь, но, мне кажется...», «Мне не совсем ясна связь ваших аргументов с выводом» и т. д.

В изучении протестантских евангелистских общин в США и ФРГ я регулярно сталкивался с тем, что аргументы моих собеседников казались мне чересчур простыми, чтобы их можно было принимать всерьез. Язык буквально чесался от лежавших на поверхности возражений и контраргументов. Я себя удерживал, понимая, что для моего исследования не нужно корректировать убеждения моих собеседников. Мне надо их просто узнать и понять. Кроме того, возражения спровоцировали бы совершенно ненужный спор, в котором я бы был вынужден играть роль оппонента. Зачем?

8. *Самокритичность.* Д. Карнеги (1999: 54) советует: «Не будет ли вам гораздо легче подвергнуть себя самокритике, чем слушать обвинения из чужих уст? Говорите о себе все оскорбительные слова, которые, как вы знаете, у вашего собеседника на уме или на языке, причем произнесите их прежде, чем сделает это он, и вы выбьете у него из-под ног почву. Молено поставить сто против одного, что он

займет в таком случае великодушную, снисходительную позицию и сведет ваши ошибки к минимуму...». Нередко этот принцип уместен и в интервью. Наш информант ассоциирует нас с группой, которую он не любит или к которой относится очень критично. Для феминисток это могут быть мужчины, для представителей бывших советских республик — русские, для практиков — всякие исследователи и т. д. Не кривя сильно душой, мы можем поделиться своим скептицизмом относительно своей группы и себя. Лучше, конечно, если нашему собеседнику покажется, что мы лучше, чем все остальные члены нашей группы. Мне порою приходилось слышать такую фразу: *«Ты хороший человек, хотя и русский»*. Нередко можно предвосхитить критику со стороны информанта в адрес социологов или маркетологов. Если нам это слышать обидно от посторонних, то не лучше ли высказаться в самокритичном духе, ведь для этого есть более чем достаточно оснований.

Информант отвечает не просто на вопрос как форму текста. Он отвечает конкретному человеку, сидящему напротив него. Поэтому один и тот же текст, произносимый разными людьми и, соответственно, по-разному, — это различные вопросы, на которые будут даны разные ответы. Кроме того, один и тот же интервьюер может по-разному вести интервью: у него меняется настроение, состояние здоровья, степень бодрости и усталости.

Во время практикума по качественным методам мои студенты делали интервью под диктофонную запись и давали мне для оценки. У всех прослеживалась плохая актерская игра, что вело к необоснованной формализации общения. Интервьюеры, беседуя со сверстниками, вдруг переходили на несвойственное им обращение на «Вы». Вопросы облекались в четкие формулировки, что создавало впечатление механически заученного текста, это разрывало ткань беседы. Интервью велось в режиме «вопрос - ответ», реальная же свободная беседа не предполагает такой симметрии и размеренности: в ней за ответом следует уточняющий вопрос, свой рассказ, реплика и т. д.

Свобода исследователя от ценностей

М. Вебер сформулировал тезис о свободе исследователя от ценностей. В настоящее время появилось много сомнений в его приемлемости или даже убежденности в его неприемлемости. Думаю, что тезис о свободе надо разделить на составляющие.

1. Свобода от ценностей как отсутствие интереса к последствиям использования результатов исследования. Это научная беспринципность обернулась и кровавыми тоталитарными режимами, и появлением смертоносного оружия (прежде всего, оружия массового уничтожения). Свободное от ценностей любопытство ученого нередко превращается в угрозу цивилизации. Немало социологов придерживаются этого варианта интерпретации принципа свободы

от ценностей, который как-то незаметно переходит в другой принцип: деньги не пахнут. И тогда социолог продается любой партии, которая платит, любой фирме, предлагающей выгодные условия.

2. Принятие исследователем в процессе сбора и анализа информации позиции, свободной от ценностей. Эта свобода, как мне представляется, является неперенным условием движения к получению объективного знания, а не идеологизированного мнения автора.

Представим себе ситуацию интервью, в ходе которой исследователь не скрывает свою позицию, активно ее демонстрирует и вступает в спор с информантом, который говорит «не то». Здесь спектакль «Интервью» превращается во «Встречу пропагандиста с народом».

Активная жизненная позиция гражданина, доминирующая в процессе анализа данных, также уводит в сторону от движения к объективности. Автор думает не о том, чтобы понять своего информанта, придерживающегося чуждых или даже враждебных ему позиций, а о том, как его принизить, разбить и т. д. Нужно быть читателем, который целиком разделяет эмоции и убеждения автора, чтобы читать такой отчет и доверять его выводам.

Таким образом, исследователю, как мне представляется, нельзя забывать о своих моральных, гражданских и прочих ненаучных, ценностно-ориентированных принципах, когда речь идет о выборе заказчика и об использовании полученных данных. Но если в процессе сбора и анализа информации он не может вылезти из шкуры гражданина, члена этнической группы или церкви, сторонника политической партии и т.д., то шансы на производство научного продукта существенно уменьшаются.

Такая свобода от ценностей, гибкость принципов дается не так просто и может вызывать резкую критику со стороны жестко принципиальных людей.

В американской тюрьме мне пришлось интервьюировать людей с биографиями, никоим образом не укладывающиеся в мои моральные принципы (в них пестрели факты торговли наркотиками, убийства, разбой и т. д.). И мне потребовалась мобилизация всех своих актерских задатков, чтобы ни взглядом, ни словом не допустить морального осуждения того, что нормальный человек не может не осуждать, чтобы не взглянуть на моих собеседников сверху.

Не так уж много людей, которые охотно будут 1-2 ч. рассказывать о себе человеку, который явно не хочет их понимать, не хочет влезть в их шкуру. Тут у информанта возникает выбор: либо превратить интервью в дискуссию, либо прервать его. Ни то, ни другое не соответствует интересам исследователя.

А.С. Готлиб (2004: 102) пишет, что во время исследования жизненных путей членов номенклатуры интервью порою сворачивалось, если информант замечал, что интервьюер не сочувствует ему и не может поставить себя на его место.

Костюм интервьюера

Костюм интервьюера — это объект, обладающий семиотическим статусом. Иначе говоря, он не только прикрывает от холода, жары и взглядов, но и несет информацию тем, кому это интересно. В нем переплетается утилитарность с комплексом знаков и символов. *«Семиотический статус способен повышаться в некоторых особо значимых ситуациях — в том числе при знакомстве, прощании или в другой ритуализированной ситуации, когда едва ли не каждый элемент происходящего (вещный, вербальный, актуальный) действует и воспринимается как знак»* (Щепанская 2004: 20). К таким ситуациям, без сомнения, относится начало интервью. Здесь встречаются по одежке.

Костюм интервьюера — это текст, сообщающий потенциальному информанту, кто стоит перед ним. Поскольку интервью предполагает активное общение, то это не тот текст, который можно просто пробежать глазами. На его автора надо реагировать. В силу этого костюм интервьюера в той или иной степени программирует ситуацию интервью.

В Воркуте я зашел в кабинет руководительницы одного из отделов. Передо мною сидела еще молодая женщина, тщательно ухоженная, дорого одетая и украшенная. Контакт сразу не получился. Я еще не успел представиться, как мне стало ясно, что разговора не получится. Это было для меня неожиданно: до этого без особых проблем я проводил интервью с менеджерами того же уровня в той же администрации. Ушел ни с чем. Потом, анализируя причины неудачи, я пришел к выводу, что если они были связаны со мною (это отнюдь не обязательно, т. к. у нее могло быть плохое настроение по иным причинам), то не исключено, что дело было в моей верхней одежде. Я поехал в зимний заполярный город, взяв самую теплую вещь в своем доме — альпинистский пуховик нелепого яркого цвета. В нем было достаточно тепло и удобно ездить по шахтам, разбросанным по тундре. Но женщину, внимательно следящую за своей и чужой внешностью, мужчина в таком наряде мог только раздражать. Разумеется, перспектива общения с таким попугаем ее не могла не пугать. Мужчины же к деталям внешности лиц своего пола, как правило, гораздо менее чувствительны. Отсюда — разный эффект одного и того же костюма.

В ходе исследования потребительского поведения молодежи я обнаружил, что многие девушки говорили почти одно и то же: «Встречаясь с незнакомым человеком, я особое внимание обращаю на его обувь — ее качество и чистоту». Услышав это в первом интервью, проводившемся в сырой осенний день, я быстро спрятал ноги под стул, не будучи уверенным, что мои достаточно поношенные туфли выглядят в такую погоду прилично. Ну о чем можно говорить моей информантке с человеком в такой обуви?

Одежда интервьюера — это проявление его самоидентификации, проводящейся по самым разным шкалам. Одна из важнейших связана с полом. Одежда может его акцентировать, а может уводить внимание на иные характеристики личности.

Как-то за бутылочкой сухого вина я обсуждал с одной английской аспиранткой ее тендерные наблюдения, полученные в России. Мою собеседницу до глубины души возмущало, что местные мужчины смотрят на нее не как на исследователя, а как на сексуальный объект (чересчур ласково, сладострастно и т. д.). На следующий день мы собирались с ней ехать в угольный разрез (дело было в Кузбассе). «Если ты завтра поедешь к шахтерам в этом платье, то сексуальное возбуждение коллектива по твоему поводу обеспечено», — уверил я ее. «А что такого в моем платье? — удивилась она и осмотрела себя: обтягивающее длинное платье, обнажавшее плечи и с очень глубоким вырезом на груди, внимание на котором дополнительно фокусировалось блестящей цепочкой, не оставляло никаких сомнений: моя спутница декларировала всем свою принадлежность к прекрасному полу. «Если ты хочешь, чтобы на тебя смотрели с таким же равнодушием, как и на меня, надень мои брюки, мою куртку, и ты перестанешь быть для шахтеров сексуальным объектом». «Хорошо, — ответила собеседница. — Я подумаю». На следующее утро я встретил ее в том же платье. Ход общения в карьере был в рамках моего предвидения: она спрашивала об организации труда, а мужики, сбиваясь, не могли удержать взгляды и мысли, вопреки их воле убегавшие вслед за цепочкой в глубокий вырез платья, подчеркивавший объем груди.

Режиссура ситуации интервью

Ситуация интервью (спектакль «Интервью») — это объективная надындивидуальная реальность, возникающая в результате взаимодействия участников, каждый из которых входит в нее со своим сценарием или смутными его набросками. Однако в такой ситуации власть обычно распределяется неравномерно. Здесь появляется «режиссер», концентрирующий основную власть.

Режиссер — это тот, кто задает характер развития ситуации и способы интерпретации сценария.

В жестком количественном исследовании успех зависит от способности интервьюера взять на себя роль режиссера и вести интервью строго по вопроснику. Разумеется, респондент может отвлекаться на уточнения, немного отходить в сторону, но интервьюер мягко, но неумолимо возвращает его к логике своего сценария.

В мягком качественном исследовании жесткая режиссура со стороны исследователя опасна. Она ведет к навязыванию ситуации собственной логики, которая потом будет зафиксирована как описание объективных процессов. Налицо конструирование артефактов. Идеальный вариант мягкой режиссуры имеет место тогда, когда исследователь, с одной стороны, позволяет информантам самим определить структуру обсуждаемой реальности и подобрать для ее описания свои термины, а с другой — сохраняет в своих руках режиссерскую власть, направляя беседу в сторону изучаемой темы. В итоге имеет место материал, структурированный са-

мым информантом, но в то же время максимально покрывающий исследовательскую тему. При этом очень важно, чтобы исследователь-режиссер, навязывая информанту логику беседы, не убил в нем интерес к разговору, не подавил инициативу. Если это происходит, глубокое интервью становится невозможным. Информант переводит общение в режим лаконичных ответов на поставленные вопросы, т. е. превращается в респондента.

Иногда исследователь в силу разных причин оказывается не в состоянии удерживать режиссерские функции. Ситуация уходит из-под контроля, а режиссуру осуществляет информант. Нередко это означает провал интервью.

В начале 1990-х гг. я вместе с моим английским коллегой Питером Фэбразером договорились об интервью с председателем независимого профсоюза шахты «Воргашорская». Это был сильный шахтерский лидер явно анархического, бунтарского склада. В назначенный час мы прибыли в кабинет председателя. Объяснили ему, кто мы такие и чего хотим. Питер с согласия председателя включил диктофон. Но не успели мы открыть рты, как тот начал задавать вопросы о состоянии профсоюзов в Великобритании. Мне ничего не оставалось, как эти вопросы переводить, а Питеру — отвечать на них. Вопросы шли плотно, один за другим. Через час председатель посмотрел на часы и сказал, что теперь ему уже пора в город, и предложил нас подвести. Интервью закончилось. Мы сели в председательский джип и на бешеной скорости понеслись в сторону Воркуты. Мы почти не получили ответы на заготовленные вопросы. Однако совершенно бесполезным эту встречу тоже нельзя было назвать. Само содержание вопросов профсоюзного лидера являлось источником информации о круге его интересов и осведомленности относительно опыта старейшего профсоюзного движения мира.

Чаше информант пытается взять на себя режиссерские функции не в столь обескураживающе авторитарной манере. Если это высокостатусная фигура, то он стремится направлять беседу по следующим направлениям:

1. Определение временных рамок встречи, пребывания исследователя на изучаемом объекте.
2. Корректировка сценария. Он может некоторые вопросы исследователя отвести, сказав, что это «коммерческая тайна», может отделать общими фразами, что по существу ничем не отличается от первого варианта.
3. Регулирование доступа к другим информантам на объекте.
4. Конструирование своего определения изучаемой проблемы путем как регулирования предоставляемой информации (однобокое освещение), так и психологического давления, подчинения исследователя.

Принуждение к углублению

Один из самых распространенных недостатков глубинного интервью — отсутствие глубины. При просмотре транскрипта это можно обнаружить по сугубо формальным признакам: количество строчек вопросов слабо отличается от объема ответов на них. Это значит, что информант не рассказывал, а лаконично отвечал на поставленные вопросы. Типичный стиль формализованного интервью.

Анализируя такие тексты, порою не находишь ошибки в формулировке вопроса. Все сказано правильно. А рассказа нет. В чем дело?

Нередко такой брак встречается и в интервью, проходящих в благоприятной психологической ситуации. Причина его состоит в том, что информант ведет себя как собеседник в обычной беседе.

Как мы отвечаем, когда нас спрашивают «Как дела?», нормальный человек говорит стандартные фразы: «Нормально», «Отлично!», «Так себе» и т. д. Совершенно иначе ведет себя зануда. В. Токарева в одном из своих рассказов определила зануду как человека, который в ответ на вопрос «Как твои дела?» начинает подробно описывать их состояние.

Однакошник как-то рассказывал об общем приятеле: «Я имел неосторожность спросить его о количестве лычек на погонах сержанта. И он мне за два часа рассказал о системе воинских знаков отличия в нескольких хармиях».

Нормальный человек не хочет казаться занудой, поэтому в интервью на просьбу рассказать о чем-то он отвечает лаконично. Он скуп на слова не от недостатка информации или неготовности ею поделиться. Здесь действует логика обычного общения. Отвечая на вопрос, мы не знаем, насколько глубоко собеседник заинтересован в поднятой теме.

И информант не хочет, чтобы интервьюер мучился в поисках способов остановить ответ. Он замолкает после нескольких фраз. Его молчание можно интерпретировать так: «Этого достаточно или надо подробнее?». Другой вариант интерпретации молчания — «Я говорю о том, что вас интересует, или совсем о другом?». А интервьюер нередко интерпретирует молчание совершенно иным образом: «И это все, что я могу об этом рассказать». В результате информация уплывает у нас из-под носа.

Чтобы этого избежать, стоит показать информанту, в какой мере его ответ совпадает с нашим интересом. Если он говорит не о том, то стоит задать новый вопрос, поворачивающий беседу в нужное русло. Если же он лаконично ответил в нужном нам русле, то можно ответить молчанием, приглашающим к продолжению, или просто попросить рассказать об этом подробнее.

Запись интервью

Очевидно, что интервью, должно фиксироваться для последующей обработки. Для этого используются разные методы. Каждый из них имеет

свои плюсы и минусы. Поэтому выбор осуществляется исходя из всей совокупности обстоятельств, в которых проходит интервью.

Запись на диктофон — оптимальный способ фиксации интервью. Однако появление диктофона — это важный фактор, напоминающий информанту, что имеет место не простая беседа, а принципиально новый спектакль. Диктофон не встречается в ситуациях обычного разговора и маркирует выход информанта на публичную сцену. Для многих т. н. «простых людей» это может быть если и не шокирующий, то в лучшем случае сковывающий фактор. Они смотрят на него, смущаются. Нередко такие информанты категорически отказываются от записи. Люди публичных профессий обычно соглашаются на использование звукозаписывающей техники, однако для них это тоже маркер, означающий «подъем занавеса» и выход на сцену. Их речь редактируется как публичное выступление. И лишь способность интервьюера установить доброжелательную атмосферу может уменьшить эффект включенного диктофона. В любом случае диктофон лучше располагать так, чтобы он не был постоянно перед глазами информанта. В последние годы я использую пишущий плеер, имеющий небольшие габариты, воспринимающий слабый звук с большого расстояния и упакованный в кожаный футлярчик. Его можно положить на столе так, что, с одной стороны, демонстрируется запись с разрешения, а с другой — он выпадает из поля зрения, забывается. Правда, если техника не очень надежна, то такое выведение диктофона из поля зрения затрудняет контроль наличия пленки, отсутствия сбоев и прочих технических проблем. Но в любом случае приходится выбирать наименьшее зло.

Запись в блокнот не формализует ситуацию интервью в такой мере, как диктофон. Однако пишущий интервьюер также делает общение не совсем естественным. Информант говорит, а он пишет. Часто в этой ситуации контакт глаз сводится к минимуму. Говорящий видит лишь макушку своего собеседника, что не очень располагает к беседе. Наличие пишущего интервьюера придает ситуации иерархический характер: информант принимает роль консультанта или даже учителя. Люди публичных профессий порою переходят на назидательную речь под диктовку. Спектакль «Интервью» приобретает специфический характер. Уменьшение эффекта присутствия записывающего собеседника мне удавалось достичь при проведении интервью вдвоем: я брал с собою в поле студента, который, находясь на периферии беседы, фиксировал ее ход. Другой минус записи в блокнот — спонтанное редактирование интервью, сокращение, ведущее к потере далеко не всегда второстепенного смысла. По крайней мере, иерархия значимости сказанного во время интервью и в период его обработки может быть существенно иной.

Видеозапись, с одной стороны, дает максимально точную фиксацию ситуации интервью, позволяя зафиксировать не только то, что говорится, но и то, как это говорится. Но с другой стороны, видеокамера максимально формализует беседу, вызывая у информанта ассоциации с телеви-

зионным интервью. Его можно проводить в специально приспособленных помещениях с фиксированной камерой, что вырывает информанта из привычных условий. Именно по этой причине я никогда не пользовался таким методом фиксации материала в глубоких интервью.

Запоминание текста интервью придает беседе максимально неформальный характер. Слово, нигде не зафиксированное, воспринимается информантом как ничего не значащий факт, который «к делу не пришьешь». Кроме того, отсутствие подпорок для собственной памяти заставляет исследователя максимально фокусировать свое внимание на ходе беседы, что придает ей более глубокий характер. Однако такой способ фиксации ставит серьезную проблему полноты воспроизведения услышанного материала, точности фиксации важных деталей. Я прибегал к такому способу только в случае отказа информанта от любых способов фиксации или в шекотливых ситуациях, когда вопрос о диктофоне звучал бы совсем нелепо. Запоминание текста интервью требует, чтобы сразу после его окончания начался перевод еще свежих воспоминаний в электронный или бумажный текст. Если после этого интервью намечены новые встречи, то риск потери информации существенно возрастает.

Американский исследователь Майкл Буравой в своих полевых исследованиях принципиально не пользовался диктофоном. Все интервью в России он проводил со своими российскими коллегами, совместно запоминая содержание беседы. После интервью они садились к компьютеру и фиксировали то, что вспоминалось, попутно анализируя материал.

Ситуация скрытого интервью

Иногда исследователь проводит интервью, но информант об этом даже не подозревает. Для него это просто беседа с любознательным человеком. Конечно, здесь уместны этические сомнения в правомерности такого подхода. Если материалы интервью обнародуются так, что информант легко вычисляется, то, разумеется, скрытое интервью нарушает ключевые этические принципы. Если же в ходе такого интервью добывается информация, которая используется либо будучи интегрированной в общем массиве, либо в виде цитат, надежно скрывающих информанта, то принцип «не навреди» здесь вполне соблюдается.

В ходе работы над книгой «Российский базар» я сделал немало интервью с «челноками» в поездах. Долгий путь создает хорошие возможности для беседы с соседями. Никто никуда не спешит. Многие стремятся убить время, а тут подворачивается любознательный человек, который, открыв рот, слушает про кочевую жизнь торговца. В конечном счете лучшие интервью по этому проекту были сделаны именно в поездах. Разумеется, прямая запись разговора исключалась. Он либо восстанавливался после поездки, либо в тезисной форме фиксировался в блокноте еще в пути.

В 1994 г. я с сыном-подростком путешествовал по Северному Кавказу. В час ночи мы сели в поезд «Грозный - Назрань». Это было очень экзотическое транспортное средство: ни одной двери, ни одной лампочки, ни одного фонаря (как рассказали местные жители, это местные мальчишки развлекались, забрасывая поезд камнями). Сидим в крошечной тьме. В купе заходят двое чеченцев лет 30. Достают пару бутылок водки, несколько огурцов. Приглашают меня в компанию. За этим «богатым» столом стихийно получилось очень информативное интервью. Один из спутников оказался начальником отдела службы госбезопасности тогдашней Республики Ичкерия, второй, его брат, — бойцом диверсионного подразделения. Расслабленные алкоголем, они охотно отвечали на мои вопросы, рассказали о своей бурной предшествующей жизни (один из них немало лет отсидел в тюрьме за разбой), набросали экзотичную картину интересовавшей меня повседневной жизни вольной республики. Разумеется, они не определяли ситуацию как интервью, что существенно упрощало общение. В то же время и моя совесть была чиста: я сознательно уходил от вопросов, которые могли быть военной тайной. Они часто роняли информацию, которая в тех условиях таковой могла быть: рассказали о незадолго до нашей встречи готовившемся, но отмененном покушении на тогдашнего премьер-министра России, о предстоявшей через пару часов встрече с президентом Ичкерии Д. Дудаевым на неформальном празднике в одном из сел и даже звали поучаствовать в ней. Я сознательно сдерживал свое любопытство, чтобы не дать повод спутать меня с агентом российской спецслужбы.

В 5 утра наш поезд прибыл в Назрань. Из пассажиров остались только мы с сыном. Стоим на перроне. К нам подходит пожилой мужчина. Пристально смотрит мне в глаза и спрашивает: *«Ты какой национальности?»—«Русский. А что?».* — *«Если бы был осетином, убил бы».* После этого лирического вступления начинается новое скрытое интервью. Мой информант оказался ингушским беженцем из Владикавказа. Он охотно и подробно описал мне ужасающую своими деталями картину осетино-ингушского конфликта, который он пережил. После этого он пригласил меня в стоявший неподалеку сарай. Там сидело несколько ингушей. Познакомились. Выпили без закуски по стакану водки. И новое скрытое интервью. Все услышанное в эту ночь было настолько интересно и важно для моего понимания начинавшейся войны на Кавказе, что мой мозг не воспринимал алкоголь, несмотря на полное отсутствие привычки к его потреблению в таких условиях и в таких количествах.

Таким образом, ситуацию интервью можно рассматривать как житейский спектакль, т. е. относительно устойчивую, формализованную, индивидуальную форму взаимодействия. Сценарий (гид) задает содержательную канву интервью, но ее реализация идет через режиссуру ситуации, через игру и исследователя, и информанта. Без учета этих обстоятельств возможны сбой и в проведении интервью, и в интерпретации его результатов.

ЖИЗНЕННЫЙ МИР ИНФОРМАНТОВ

Жизненный мир индивида. Непосредственный и виртуальный жизненные миры. Интересы. Критерий релевантности. Зоны важных интересов. Зоны любопытного. Зоны чуждого. Зоны компетентности. Повседневные эксперты. Динамика жизненного мира.

Преимущества качественных методов становятся заметными, когда цели и задачи исследования фокусируются на жизненном мире изучаемых людей. Проникнуть в этот мир с помощью жестких количественных методов очень проблематично.

Жизненный мир индивида — это отражение в его сознании и повседневных практиках освоенных им участков внешнего природного и социального мира. Этот мир представляет собой комплекс ориентиров, которыми пользуется индивид в своей практике. Поэтому ключ к пониманию практик лежит в анализе жизненных миров изучаемых людей. Содержание индивидуального жизненного мира надындивидуально, хотя его носитель — голова конкретного информанта. И в ходе интервью мы не можем узнать ничего, что не включено в жизненный мир нашего информанта.

Жизненный мир включает две составляющие, которые могут быть интересны исследователю. Во-первых, это объективные факты, отразившиеся в сознании информанта. Во-вторых, их восприятие, оценка, интерпретация.

Источники жизненного мира в информационном обществе

Объем и содержание жизненного мира индивида довольно жестко обусловлены характером коммуникаций в данном социокультурном поле. В традиционном обществе почти вся коммуникация носила непосредственный характер: люди, взаимодействуя друг с другом лицом к лицу, формировали свои жизненные миры, наполнявшиеся из их личного опыта. Человек знал и мог обсуждать, как правило, лишь то, что он сам видел или слышал. В этот мир проникала информация из отдаленных (географически или социально) социокультурных полей в основном через слухи. То, что вызывало интерес, обсуждалось, передавалось из уст в уста входило в жизненный мир, независимо от удаленности источника информации. Однако роль отдаленных полей в этом процессе была мизерной. Абсолютное большинство людей жили в **непосредственной реальности**, сформированной их собственным опытом прямого взаимодействия с другими людьми и природной средой.

В индустриальном обществе огромную роль в формировании жизненных миров индивидов начинают играть средства массовой информации. Они радикально расширяют круг источников информации. Газеты, радио, а во второй половине XX в. и телевидение наполняют повседневную жизнь индивидов и в мегаполисах, и в глухих деревнях сведениями о

событиях, происходящих вне сферы их непосредственного опыта. Правда, чтение газет, несмотря на почти полную грамотность, никогда не было общей практикой. От чтения газет можно легко уйти, если в этом нет потребности. Радио и телевидение вторгаются в жизнь людей, заполняя ее массой в основном не нужной для повседневной жизни информации. Радио- и телепередачи превращаются в фон многих видов деятельности. Люди едят, общаются, встречают гостей, едут на автомобиле и в поезде, а порою и спят в сфере воздействия СМИ. В результате такого массированного и глубокого воздействия СМИ формируется феномен, который можно назвать **виртуальной реальностью**. С одной стороны, это индивидуальные миры, а с другой — их содержание стандартизируется в основном в национальных масштабах.

Классическое индустриальное общество основывалось на фордизме, т. е. на массовом поточном производстве однотипной продукции. Символ такого производства — конвейер. Атрибут такого общества — конвейерное же производство информации для масс. Относительно небольшой набор источников информации постоянно воздействует на жителей данной страны или города, заполняя их жизненные миры однотипными наборами сведений о событиях в других городах и странах. При этом наблюдается такой парадокс: чем беднее событиями жизнь человека, тем активнее он потребляет информацию электронных СМИ.

Еще в советское время я слышал отчет социологической группы Коми обкома КПСС. Один из выводов гласил: жители отдаленных лесных поселков политически более информированы, чем жители городов. И в этом нет ничего удивительного, чем меньше видишь собственными глазами, тем приятнее смотреть на мир глазами телекамер.

В советское время по всем СМИ шел поток относительно однородной и тщательно отобранной партийными органами (в т. ч. и партийными редакторами) информации о внешнем мире. Прорывы в это закрытое информационное поле зарубежных радиоголосов ничего не меняли, просто добавлялась еще пара блоков сведений. В результате формировалось общее для страны дискурсивное поле. Аналогичным образом формировались и городские и региональные дискурсивные поля. Люди, находящиеся в них, получали тщательно структурированную информацию: общий набор тем, общий подход к их интерпретации, общий блок «актуальных» на этот день событий и т. д.

На рубеже 1980-1990-х гг. в нашей стране начался процесс активной плюрализации СМИ, что стало основой плюрализации виртуальной реальности. Появилось бесчисленное количество новых газет и журналов, которые пользовались огромным спросом. Потребление разных СМИ формировало разные типы жизненных миров, заполненных неодинаковой информацией, организованных вокруг несовпадающих систем ценностей, убеждений.

Однако уже к середине 1990-х гг. ситуация начинает быстро меняться.

Количество доступных населению СМИ резко сокращается: значительная часть газет и журналов разорилась, другие радикально свернули тиражи. Главным источником информации о внешнем мире стало телевидение, попавшее под контроль пары олигархов и государства. Поэтому выбор остался в масштабах, создающих почву для иллюзии относительно плюрализма и свободы слова (для журналистов). В результате жизненные миры россиян формируются в относительно жестких рамках информационных потоков, поделенных государством и олигархами. В начале XXI в. эта тенденция еще более усиливается. Олигархи вытесняются из электронных СМИ, где утверждается «демократическая монополия» государства. Несколько широко доступных источников информации ежедневно навязывают массам однотипные блоки новостей, которые формируют относительно жесткие структурные рамки видения мира. Несколько телеканалов превратились в единственные окна в большой мир.

В ходе интервью часто непросто определить грань между непосредственным и виртуальными жизненными мирами. Информация, мысли, чувства с телеэкрана перетекают в головы людей, превращаются в предмет их обсуждений, споров, конфликтов.

Нередко приходится сталкиваться с тем, что человек с описания своей повседневности быстро соскальзывает в виртуальный жизненный мир и начинает рассказывать о событиях, которые он непосредственно видеть и слышать никак не мог. В беседе мелькают фамилии людей из виртуального мира. И они вызывают такие же реакции — интеллектуальные и эмоциональные — как и фигуры из непосредственного окружения.

Есть немало людей, которые живут активной и интересной жизнью только у экрана телевизора. Там что-то происходит, там кипит жизнь, в то время как повседневные практики однообразны, скучны, безрадостны. Поэтому как только появляется возможность высказаться, они соскальзывают в более близкую им виртуальную реальность, описывая ее в терминах, пришедших из выступлений журналистов и политиков. В то же время для анализа мира повседневности не находится нужных слов. Такие информанты по существу оказываются зеркалом, по которому можно изучать эффективность СМИ.

В годы перестройки (конец 1980-х гг.) началась политизация виртуальной реальности советских граждан. Через несколько лет пошел процесс деполитизации, достигший внушительных масштабов в начале XXI в. В период президентства В. Путина свелась к минимуму реальная политическая борьба, исчезла интрига в деятельности органов власти. Утрата массами интереса к политике является естественным следствием изменения макроситуации. В этих условиях интервью показывают существенное сворачивание масштабов политической зоны виртуальных жизненных миров. Ее место занимают светские сплетни. И этот поворот в содержании СМИ хорошо вписывается в логику повседневной жизни. В виртуальном мире используются те же схемы анализа: сосед А ушел от своей жены, точно так же поступила поп-звезда Б, сосед Х по пьянке учинил

драку, аналогично поступил известный актер У. Политика вторгается в жизненные миры тоже в форме сплетен.

Зоны жизненного мира

Внешний объективный мир огромен и разнообразен. Ни одному индивиду не под силу его включить в свой жизненный мир. И главное — ему это совершенно не нужно. Освоение внешнего мира и превращение его в часть внутреннего мира регулируются *интересами*, т. е. осознанными представлениями людей о том, как им реализовать свои природные и социальные потребности. Соответственно внешний мир классифицируется по **критерию релевантности**, т. е. индивид, сталкиваясь с теми или иными объектами и феноменами, задает себе вопрос: *«Это имеет отношение к моей жизни и моим интересам?»*. Если ответ отрицателен, то эта часть внешнего мира игнорируется.

Жизненный мир индивида делится на два больших участка: *зоны важных интересов* и *зоны любопытного*. Наиболее релевантны те зоны, знание которых открывает путь к реализации важных собственных интересов. Будучи освоенными, они составляют ядро жизненного мира индивида. Эти зоны формируют ткань повседневности, состоящей из устойчивых, полуавтоматических практик. Без освоения этих зон повседневные практики становятся в лучшем случае малоэффективными, в худшем — вообще невозможными.

Периферия жизненного мира — разнообразные *зоны любопытного*. В голове у каждого находится масса информации, многочисленные образы, представления, убеждения, симпатии и антипатии, которые никак не связаны с интересами индивида, т. е. с путями его социального самоутверждения и самореализации. Он может определять некоторые из этих зон как интересные, но на самом деле они ему просто любопытны. Зачем ему это знать, зачем об этом думать и тем более эмоционально воспринимать, он не знает. Эти зоны релевантны только духовному миру индивида, но никак не соприкасаются с его практикой. Правда, зоны любопытного могут интерпретироваться как косвенно важные для личных интересов. Так может рационализироваться интерес к крупным политическим событиям в далеких регионах мира: *«Это может повлиять на мою страну и, в конечном счете, — на мою жизнь»*. Зоны любопытного — это (исключая профессионалов) мир искусства, спорта, политики, географии мира и т. д. Нередко зона любопытного искусственно вторгается в жизненные миры индивидов, превращаясь в жизненно важную зону. Это мы наблюдаем в периоды политизации масс, которые готовы идти в бой ради защиты того или иного кандидата, реализации политической идеи и т. д. Героическая романтика взламывает повседневную жизнь, заполняет жизненный мир. И тогда политическая цель превращается в ядро жизненного мира индивида. Помните, у Светлова: *Он хату покинул, / Пошел воевать, / Чтоб землю в Гренаде / Крестьянам отдать»*.

Там, где происходят этнические конфликты, массовые столкновения

на политической почве, мы имеем дело именно с таким сдвигом в структуре жизненных миров существенной части населения. Изучая такие феномены, исследователь говорит с информантом о политике как области его повседневной жизни.

Актуализация зон любопытного происходит через их превращение в элемент *игры*. Индивид придает любопытным процессам из социально нерелевантного для него мира игровой статус, отводя себе роль болельщика. В наиболее чистом виде это проявляется в большом спорте, где ядро состязающихся спортсменов окружено массой болельщиков. Исход состязания никоим образом не влияет на их жизнь. Но они искусственно идентифицируют себя с одной из сторон, морально поддерживают ее, переживают ее поражения и радуются ее победам. Нередко происходит искусственная экзальтация, вызывающая взрыв страстей, готовность идти на отчаянные поступки, рисковать своим здоровьем и даже жизнью. В реальности это игра, в которой фанаты используют спортивное состязание лишь как повод для собственной разрядки. Информация, актуализированная через игру, — наиболее привлекательна для обсуждения информантом. Он говорит о ней увлеченно, со знанием дела, готов потратить много времени для описания деталей.

Основная часть внешнего мира — это *зоны чуждого*. Они вторгаются в нашу жизнь отдельными словами, фактами, которые не задерживаются в сознании и быстро улечиваются. Нам нет дела до того, что там происходит. Мы почти ничего не знаем об этих зонах, и это невежество ничуть не мешает нам жить, т. к. это нерелевантные зоны. Включенный весь вечер телевизор обрушивает на людей огромные массивы информации из зоны чуждого. Но спроси на следующий день, что было вчера в программе — вспомнят не все.

Соответственно *зоны компетентности* тесно связаны с зонами релевантности. Человек редко сведущ в том, что не входит в зоны важных интересов или любопытного. В ходе исследования трудно определить точные контуры зон компетентности. На поверхности лежат лишь те из них, которые жестко связаны с наблюдаемой повседневностью. Очевидно, что директор фабрики должен быть сносно информирован об общих характеристиках своего предприятия и текущих его проблемах. В то же время все остальные зоны релевантности никак не связаны с этим его формальным статусом.

Гибкий сценарий интервью, опирающегося на принцип воронки, позволяет улавливать структуру жизненного мира информантов. Через широкие вопросы, приглашающие к рассказу, исследователь обнаруживает зоны жизненно важного и интересного, структуру компетентности информанта.

Информант выступает в ходе интервью в двояком качестве. С одной стороны, он является источником информации о своей жизни, с другой — он может быть *повседневным экспертом*, сведущим в вопросах повседневных практик и даже жизненного мира окружающих его людей.

«*Мир повседневной жизни*, — отмечал А. Шютц (2003: 116), — не

есть частный мир, он общий для меня и моих спутников... Социальный мир содержит область, характеризующую непосредственным переживанием мной других. Люди, находящиеся в этой области, являются моими спутниками; они разделяют со мной общий сектор пространства и времени; нас окружает один и тот же мир».

В сферу повседневного эксперта попадают те, кого А. Шютц называл «спутниками». Таким образом, одно глубокое интервью с хорошо подобранным информантом может стать источником информации о социокультурном поле того или иного масштаба. Это рассказ и о себе, и о спутниках, и о структурах, в которые они включены.

Однако при использовании информанта как повседневного эксперта возникает опасность не заметить или не определить точно зону его компетентности. Он ведь сведущ в вопросах жизни только своих спутников.

Но есть еще «мир Других», о которых «я имею только смутное и неадекватное знание» (Шютц 2003: 117). У повседневного эксперта тоже есть свой мир Других. В ходе интервью далеко не всегда граница, отделяющая мир спутников от мира Других, очевидна и заметна. Информант может не сознавать, что он ее пересек и вышел в зону некомпетентности. В свою очередь исследователь, не заметив этого, может перейти от собирания достоверной информации к собиранию слухов, суждений, мнений. Наличие виртуального жизненного мира, отделенного порою призрачной границей от непосредственного жизненного мира, может уводить информанта в рассуждения о Других, которых он никогда не встречал. Здесь представления часто принимают форму стереотипов, предубеждений. Порою это важно для исследования, правда, при условии, что мы четко фиксируем, когда наш информант покинул зону своей компетентности и ушел в сторону от нее в дебри виртуального жизненного мира.

Информант, выступающий как повседневный эксперт, может быть источником информации трех типов:

1. Информация о самом себе. Себя человек знает лучше всего, но это знание нередко охраняется от посторонних.

2. Информация о социокультурных полях микроуровня. Здесь все лично знают друг друга. Это знание не только функций, пересечение которых сводит людей вместе (например, как коллег), но и многообразия личностных характеристик. При анализе этого круга информант может (если, конечно, захочет) не просто описать какие-то действия, поступки, но и найти факторы, вызвавшие их.

3. Информация о социокультурных полях более высокого уровня, где взаимодействие не носит личностный характер (например, большая фирма, многоквартирный дом, город и т. д.). Тут встречаются люди функции: продавец — покупатель, пешеход — автомобилист и т. д. Эти люди могут наблюдать данное поле отрывочно и не в состоянии увязать наблюдаемые действия с личностными характеристиками или особенностями социального положения. Чаще все-

го при описании наблюдаемых людей этого большого круга используются объяснения-гипотезы, вытекающие не из знания фактов, а из стереотипов или теоретических схем, которые, как предполагается, подходят для объяснения в этих случаях.

С этими типами возможной информации связаны и уровни компетенции повседневного эксперта. Соответственно в ходе интервью выделяются три пласта у каждого существенного вопроса, соответствующие этим типам информации: вопросы лично об информанте, вопросы о ближнем круге спутников, вопросы о круге отрывочно наблюдаемых Других.

Тест «Кто ты?»

С целью облегчения ориентации в жизненном мире информанта я часто начинаю глубокие интервью с теста «Кто ты?». Его цель — дать развернутую самоидентификацию информанта. Наличие ответов на вопрос «Кто ты?» позволяет получить представление о каркасе жизненного мира собеседника. Отталкиваясь от него, можно начать адресное интервью, индивидуализированное применительно к данному информанту.

Испытуемым предлагается в течение 12 мин. дать 20 ответов на вопрос «Кто ты?», то есть написать ответы: «Я_____».

Разумеется, этот тест как начало интервью применим при изучении далеко не всех тем. В то же время область его применения не сводима к идентичности, понимаемой в узком смысле. В принципе вся жизнь человека — это конструирование идентичности, которая разворачивается в бесчисленных жизненных практиках и поступках. Быть X — значит жить, как подобает X.

В нашем исследовании потребительского поведения студентов группе было предложено ответить на два вида вопросов.

«Кто ты?»	Товары и услуги, которые ассоциируются с каждой из самоидентификаций
Я	
1.	
2.	

В результате словесная самоидентификация разворачивается в мир товаров, с помощью которых она выражается, которыми она обозначается. После теста проводились глубокие интервью, целью которых было выявить уже рациональное объяснение высказывающихся нередко из подсознания ассоциаций. В этом исследовании в центре внимания интервьюеров был жизненный мир информантов, разворачивающийся через потребительские практики.

Динамика жизненного мира

Имя О. Конта может показаться странным в книге о методологии и методике качественных исследований. Однако гибкость последних проявляется и в отношении к интеллектуальной истории. Это прагматическая гибкость, предполагающая заимствование не целостных концепций (часто громоздких и анахроничных), а отдельных их элементов, адекватных новым задачам и новым условиям.

О. Конт предложил категории «критических» и «органических» эпох. Каждый период истории человечества или конкретного общества может быть охарактеризован с точки зрения направленности доминирующих в нем идей и настроений. Их результирующий вектор оказывается либо преимущественно созидательным, направленным на сохранение существующего положения вещей («органические эпохи»), либо разрушительным («критические эпохи»). В органической эпохе доминирует ориентация людей и институтов на поддержание порядка. В критическую эпоху господствуют быстро меняющиеся скептические идеи и настроения, а порядок как главная ценность вытесняется противоположной ценностью радикальных изменений. Органические и критические эпохи попеременно сменяют друг друга.

Эпоха — это ограниченное в социальном времени социокультурное поле макроуровня. Исследователь не может собирать и интерпретировать материал, игнорируя этот контекст.

В «органическую эпоху» (например, «период развитого социализма» или «застоя») в СССР у людей доминировали устойчивые, относительно жесткие схемы классификации, оценки явлений окружающего социального мира, стабильные повседневные практики и жизненные стратегии. Основой этой стабильности жизненного мира была его предсказуемость, отсутствие ожидания резких изменений, затрагивающих жизнь человека.

Отсюда вытекают относительно длительные сроки сохранности свежести информации, собранной в полевом исследовании. Иначе говоря, данные, полученные сегодня, могут быть с относительно большой точностью воспроизведены через несколько месяцев, а то и лет. Слова информанта (разумеется, если они искренние) и его поступки относительно согласованы, т. к. индивид имеет много времени на обдумывание своей жизненной стратегии в относительно стабильных внешних условиях.

В «критическую эпоху» (например, постсоветские страны в конце XX - начале XXI вв.) данные устаревают порою стремительно. Быстро меняющиеся обстоятельства заставляют людей столь же быстро менять свои взгляды, оценки, жизненные стратегии. Отсюда высокая степень рассогласованности слов информантов и их поступков (особенно завтрашних).

Динамика раскрытия жизненного мира

Было бы наивно предполагать, что при первой же встрече информант сразу и полностью откроется интервьюеру. Беседа обычно начинается с

его готовности выдать только информацию, буквально лежащую на поверхности.

Поэтому попытки интервьюера начинать обсуждение с серьезных вопросов часто приводят к тому, что ему дают очень обобщенную, приглаженную информацию. Порой она настолько приглажена, что существенно искажает действительность. Это не значит, что информант сознательно лжет, нет, он просто отвечает приближенно к модели «как у всех».

«Мои родители,—рассказывает молодая женщина,—взяли на воспитание двоих детей. У мамы умерла сестра, у нее остались маленькие дети...». Через некоторое время информант возвращается к теме, рассказывая о своих отношениях с этими детьми. Для понимания ситуации недостаточно приведенного факта, и женщина рассказывает ту же историю, но уже по-иному: «Я всегда очень ревновала. Они маленькие дети, перенесшие сильнейшую психологическую трагедию, и я не знаю, нормальные ли они выросли. Но в них это сидит... Там отец убил их мать на глазах у них. Он выпивал, и она решила начать новую жизнь и ушла к другому. Потом пришла с детьми домой за документами, и он ее убил. Страшная была история. Вся квартира была в крови. Он ее то ли разрезал, то разрубил».

НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПОЛЕВОМ ИССЛЕДОВАНИИ

*Многозначность интерпретаций. Походка. Поза.
Выражение лица. Интонация. Физическая дистанция.*

Представляя себя, актер использует не только слова, но и мимику, жесты, походку, осанку и прочие невербальные символы и знаки. Важно не только, что сказано, но и как сказано. Слова и невербальные знаки нередко составляют взаимоисключающие тексты: человек говорит «Нет», но лицо твердит «Да». В полевом исследовании часто приходится сталкиваться с таким противоречием и задавать себе вопрос: «Так чему же верить?». Лицо и тело хуже поддаются самоконтролю, чем слова, поэтому порою они важнее. Как писал психолог Альфред Адлер, если мы хотим понять человека, то должны заткнуть уши и только смотреть на него; тогда мы сможем увидеть все, как в пантомиме. Невербальная коммуникация достойна внимания при использовании любых методов сбора информации посредством общения. Особенно много она дает при наблюдении. Однако и в интервью это важный дополнительный источник. Учет ее может быть полезен и при проведении фокус-групп, поэтому не удивительно, что они часто фиксируются на видео.

Многозначность интерпретаций

Попытки перевести мимику и жесты в четкие и ясные слова предпринимались давно. В последние десятилетия на Западе, а в России с конца 1980-х гг. появляется много текстов, в которых почти в форме словаря приводятся правила интерпретации телодвижений и выражения лица. Между тем достаточно понаблюдать за собой, сравнивая свои телодвижения с такими «словарями», чтобы увидеть массу несоответствий. Это не означает неправомерности изучения невербальной коммуникации. Просто нельзя в погоне за доходчивостью и утилитарностью идти по пути упрощения.

Почти все знаки и символы, используемые в обществе (даже обычные слова), как правило, характеризуются многозначностью. Очень многие слова имеют несколько закреплённых в словарях смыслов. В повседневной речи количество смыслов еще более возрастает. Что же говорить о невербальных знаках и символах! Как правило, они поддаются вероятностной интерпретации: этот знак, скорее всего, в этом контексте значит это, но не исключены и иные варианты. Поэтому знание словарей невербальной коммуникации без интуиции, без умения увязывать знаки с контекстом только увеличивает непонимание.

Нахмуренные брови могут выражать такие совершенно разные состояния нашего собеседника, как напряжение того или иного рода, раздражение, высокий уровень задумчивости и внимания. Сжатые губы могут свидетельствовать о попытке человека тщательно контролировать себя,

но это может быть и простая привычка, не несущая в себе никакого коммуникационного смысла.

Походка

Человек идет молча, но по тому, как он идет, нередко можно предположить, в какой части социального пространства он находится.

Как-то еще в советский период я зашел к своим знакомым, работавшим в обкоме комсомола. Потом мы втроем шли по улице, и я поделился созревшим у меня вопросом: «Мужики, чем объяснить, что, глядя на вас, можно за сотню метров безошибочно сказать, что идут большие люди. И хотя наша одежда сильно не отличается, обо мне это никто никогда не скажет». «Все просто, — сказал Гена, выпускник театрального института, в то время работавший инструктором обкома. — Мы идем по системе Станиславского: несем тело так, будто нас слегка тянут за волосинку вверх».

Людей, облеченных властью, часто довольно легко выделить именно по такой походке. Они идут «по системе Станиславского», наверняка не подозревая о ее содержании. Осознание свое значимости и власти распрямляет плечи и тянет за невидимый волосок к вершине иерархии. Такой человек идет хозяином.

Человек, занимающий низкостатусную позицию, чувствует на своих плечах бремя вышестоящих этажей социальной иерархии. Особенно чувствуется это бремя при наличии начальников. В их присутствии походка теряет уверенность, голова слегка склоняется вниз, глаза тяготеют к земле, порою чувствуется сутулость, походка неуверенная, порою семенящая. И это не случайно: слишком гордая походка может быть воспринята как вызов начальству.

Один и тот же человек часто движется по-разному в присутствии подчиненных и руководителей.

Выше упомянутый Гена со временем стал заведующим городским отделом культуры. И я видел, какие величественные очертания приобрела его походка. Но как-то первый секретарь обкома партии, ежедневно выходивший на пробежку в городской парк, вызвал его в 6 утра на свою беговую дорожку. Гена пришел в парадном костюме, при галстуке. Секретарь, увидев его, побежал трусцой. Гена за ним. По пути хозяин региона отчитывал Гену за беспорядок в парке, указывая то на мусор, то на поломки. И бегущий Гена в этой обстановке уже не чувствовал волосинки, тянувшей в небо, поскольку в тот момент ему казалось, что теперь она связывает его с креслом заведующего отделом. И чтобы она не лопнула, он играл окружение короля.

Социокультурное поле диктует походку, соответствующую статусу человека. Чем сильнее поле, тем мощнее давление. Особенно очевидна роль походки как статусного знака в государственном аппарате и армии. В этих социокультурных полях успех карьерного продвижения обычно

очень сильно зависит от способности человека обозначать свой статус по отношению к подчиненным и вышестоящим лицам.

Но во многих социокультурных полях действуют культурные программы, поднимающие престиж человека, способного не прогнуться перед начальством или даже вступающего с ним в конфликт.

Т. н. «трудные подростки» своей походкой, особенно в присутствии учителей, демонстрируют, что они никого и ничего не боятся. Сама развязная походка придает смелости. Эта же походка варварского короля, пытающегося без слов обозначить свой высокий статус и напугать, весьма характерна для традиционного типа блатного человека в присутствии обычной публики («фраеров»).

Интерпретируя походку изучаемых людей, не стоит забывать, что в одной и той же реке разные люди ведут себя по-разному: один тонет, другой щепкой плывет по течению, третий прокладывает свой путь в нужном направлении, используя силу течения. Так же и в социокультурных полях разные индивиды ведут себя по-разному, преломляя через свою личность давление среды. Поэтому интерпретация походки носит лишь вероятностный характер: походкой короля может идти и самодержец, и рэкетиры, собирающий дань, и мальчишка, пытающийся преодолеть свой страх посредством блефующей походки.

Поза

Поза — это характеристика относительно статичного тела. Поза — это *«общие конфигурации тела и соотносительные положения его частей, как правило, более статичные, чем жесты»* (Крейдлин 2004: 188). Она является важным элементом поведения информанта во время интервью и невербального текста, создаваемого наблюдаемыми людьми.

Поза передает эмоциональное состояние человека. В повседневной речи широко распространены такие определения позы, как «непринужденная», «уверенная», «развязная», «неприличная», «стеснительная», «скованная» и т. д. Эмоционально окрашенные позы позволяют понять отношение человека к наблюдаемой исследователем ситуации.

Но позу нельзя интерпретировать однозначно. Информант может играть, используя известные ему правила объяснения поз для того, чтобы создать ложное впечатление. Например, испуганный или смущенный человек может стремиться создать вид уверенного в себе собеседника, принимая позу, которая, как ему кажется, будет интерпретирована как знак уверенности и спокойствия.

Поза информанта может быть индикатором тактики, которую стоит избрать исследователю. Смущенная, скованная поза (сжатые колени, сгорбленность, напряжение тела) перед началом интервью — показатель того, что информант не готов для свободного и открытого общения. Если сразу приступать к работе по гиду, то можно легко испортить материал. В

этой ситуации легкий разговор на простые темы, ломающий дистанцию и лед, может быть адекватной реакцией на смущенную позу. В свою очередь принятие информантом непринужденной позы (нога за ногу, посадка откинувшись назад и т. д.) — знак, указывающий на то, что пора переходить к более серьезным вопросам.

В ходе интервью некоторые позы могут свидетельствовать о степени и форме душевного контакта, возникшего между информантом и интервьюером. Так, поза с наклоном в сторону адресата может свидетельствовать о желании найти в собеседнике душевный отклик, теплоту или участие (Крейдлин 2004: 197).

Поза может быть знаком, указывающим на отношение информанта к своему собеседнику. Как пишет Крейдлин (2004: 210), *«поза женщины имеет четко выраженную фронтальную ориентацию по отношению к человеку, который ей приятен, и боковую ориентацию... к человеку, который ей очевидно не нравится, а мужчины в беседе с мужчинами, которые им безразличны или неприятны, часто наклоняют туловище в сторону»*.

Выражение лица

Лицо, как говорят, зеркало души — и вообще, и ее состояния в данный момент. Поэтому наблюдение за лицом изучаемого человека — важный фактор правильной интерпретации его слов. Правда, мимика довольно сильно регулируется культурными нормами. Поэтому нельзя интерпретировать текст лица, не зная, какими правилами руководствуется собеседник. Улыбка американца и улыбка русского — это тексты, содержание которых может сильно отличаться.

В русской культуре человек обычно улыбается, выражая свою радость. Если нет причин для таковой, он, скорее всего, будет сидеть с нейтральным лицом. Более того, традиционно в русской культуре имеется недоверчивое отношение к признакам радости без наличия очевидных причин для таковой. (Вспомним поговорку: «Смех без причины — признак дурачины»).

В американской и английской культурах улыбка — символ простой вежливости. Вам улыбаются не потому, что рады видеть, а потому, что демонстрируют свою воспитанность и отсутствие негативных чувств к собеседнику. Как пишет Дж. Фаст (1996: 80), *«мы улыбаемся целый день, хотя на самом деле мы раздражены и сердиты <...> Лишь незначительная часть наших улыбок реальная. Большинство — лишь маски, которые мы носим»*. Не удивительно, что для представителей этих народов русские — очень мрачная нация. Улыбка как символ формальной вежливости постепенно распространяется и на другие страны мира.

В 1991 г. я участвовал в организации приема группы английских студентов, приехавших в Москву. После первого дня их пребывания в России я спросил о первых впечатлениях. «У вас люди на улицах не улыбаются», — сказала мне одна девушка, а остальные согласно кивнули. «А почему они

должны улыбаться на улице?» — удивился я, имевший тогда слабое представление об английской повседневной культуре.

В исследованиях, проходящих на стыке культур, знание языка мимики изучаемого народа и умение им пользоваться становится мелочью, имеющей принципиальное значение в налаживании общения. И тут приходится ломать культурные нормы, усвоенные на уровне телесных привычек.

В свое время, находясь в Англии, я и мой коллега жили в английской семье, а рано утром отправлялись в университет. И с первых минут бодрствования общение начиналось в рамках английской эмоциональной культуры. Нас встречали еще не проснувшиеся лица и улыбались. И мой приятель так сформулировал возникшую у него проблему: «У меня не работают эти мышцы лица... Особенно утром».

Но улыбка улыбке рознь. И дело не сводится к силе выражаемых ею положительных эмоций. Есть улыбка нервная, застенчивая, печальная, робкая, горькая, кислая, коварная, притворная, официальная, вежливая, холуйская, барская и т. д. А есть еще и улыбка, переходящая в боевой оскал. Есть усмешка, улыбка-grimаса. И эти нюансы, отличающие разные типы улыбки на лице собеседника, с которым мы общаемся в ходе исследования, имеют принципиальный характер для понимания сказанного. Сравните слова, сказанные с застенчивой улыбкой и с усмешкой, с приветливой улыбкой и с оскалом.

Поскольку четко проявляется тенденция к превращению улыбки в элемент принудительного этикета (особенно в «культурных» группах), то нередко встает задача распознавания т. н. «фальшивой улыбки». Есть даже специальные исследования улыбок. Специалисты в этой области, к которым я не отношусь, утверждают, что искренняя улыбка — это «верхняя улыбка», т. е. в ней участвуют глаза. «Фальшивая улыбка», наоборот, — это улыбка только нижней частью лица, не образующая под глазами кожных складок (Крейдлин 2004: 364).

Огромную роль в коммуникации на близкой дистанции играют **глаза**. Поэтому в интервью желательно не упускать глаза собеседника, говорящие порою так много и не всегда в такт со словами. При этом в игру вовлечены глаза и информанта, и интервьюера. Они оба читают друг друга.

Глаза выполняют целый ряд функций, обеспечивающих поддержание и контроль общения (Крейдлин 2004: 387).

1. Когнитивная функция — это стремление передать глазами некоторую информацию. Если беседа с работником ведется в присутствии его начальника или коллег, глаза нередко четко говорят: «Вы же понимаете, что я сейчас не могу говорить откровенно».

2. Эмотивная функция — передача с помощью глаз испытываемых чувств. Мониторинг в ходе интервью глаз информанта помогает регулировать ход беседы. Смущение в глазах — показатель того, что разговор вышел на щекотливую тему и надо быть очень осторож-

ным. В этой ситуации вероятен уход от откровенности. Интерес в глазах говорит о том, что разговор на верном, с точки зрения информанта, пути. Важным условием поддержания активной беседы является выражение заинтересованности в глазах информанта.

3. Контролирующая функция — это мониторинг с целью проверки восприятия и понимания собеседником переданного сообщения. Информант пытается понять, дошли ли его слова. Это свидетельство его заинтересованности в беседе. И если расслабившийся и уставший интервьюер не смог в этот момент ответить понимающим взглядом, информант может потерять интерес к продолжению своего рассказа.

4. Регулятивная функция — это выражение требования отреагировать на переданное сообщение или подавление реакции на него. Часто это реплика, легко читаемая в глазах собеседника: «Ну, что вы на это скажите?». Если же реакция не соответствует той, которую ожидал информант, то это может быть взгляд, явно не поддерживающий интервьюера (например, строгое выражение в ответ на улыбку).

Само отношение собеседников к перспективе общения с помощью глаз — важный показатель того, как идет интервью. И этот показатель в равной мере интерпретируют и интервьюер, и информант. Прежде всего, здесь можно различать кооперативный и некооперативный диалог (Крейдлин 2004: 390). В первом случае собеседники предпочитают смотреть в глаза друг другу, во втором — отводить их в сторону, вниз. Внимательный прямой взгляд в глаза собеседника — верный признак внимания к его словам, что стимулирует продолжение беседы. Информант часто очень чувствителен к тому, куда смотрит исследователь. И если интервью получилось, то он тоже смотрит в глаза. Порою это вызывает технические сложности: надо перевести взгляд на часы, диктофон или на окружающий интерьер, но этот уход от контакта глаз может сбить темп повествования и быть воспринят как снижение интереса.

Взгляд — это довольно опасный инструмент, если им пользоваться непродуманно. Особенно важна осторожность в процессе наблюдения. Внимательность может быть истолкована не так, как мы бы хотели. Она может скрывать поведение наблюдаемого, который обнаружил, что стал объектом пристального взгляда, его поведение станет неестественным. Кроме того, он может поставить под вопрос правомерность пребывания в данном поле чужака. Если исследователь не декларировал свою функцию в данной ситуации, то его поведение может быть истолковано превратно.

Исследователи невербальной коммуникации отмечают наличие гендерных особенностей в реакции на внимательный взгляд чужака. Мужчины считают более привлекательными тех женщин, которые на них больше смотрят. Женщины же склонны воспринимать мужчин, которые не сводят с них взгляда, как нахалов. В контексте русской культуры взгляды не должны быть продолжительными, частыми и навязчивыми (Крейдлин 2004:

409). В ходе наблюдения неосторожный исследователь может легко оказаться в роли навязчивого поклонника или поклонницы.

Интонация

Тон, с которым сказаны слова, порою значит больше, чем сами слова. Это параллельный текст. Иногда он соответствует вербальному тексту, а порою существенно противоречит ему. Например, ироничный тон может означать косвенное указание, что в сказанных словах все знаки надо менять на противоположные.

Тон является элементом речевого этикета. Использование «не того тона» означает нарушение его правил, что чревато проблемами в общении. Речь «на повышенных тонах» воспринимается как проявление агрессии, которая вызывает желание ответить тем же. И если такой тон прорывается у интервьюера, успех коммуникации оказывается под очень большим вопросом.

Правда, надо иметь в виду, что тон в определенной мере регулируется нормами национальных культур. То, что звучит как «разговор на повышенных тонах» в одной культуре, воспринимается как обычное общение в другой. Если наблюдать с позиций норм русской культуры эмоциональное общение цыган, грузин или итальянцев, то можно нередко принять их оживленную дружескую беседу за маленький скандал. В то же время русское общение производит такое же впечатление на многих жителей Центральной и Северной Европы.

Физическая дистанция

Регулирование физической дистанции между собеседниками — это одна из разновидностей невербальной коммуникации. Е.Т. Халл выделяет несколько дистанций:

1. Социальная. Она обеспечивает деловое общение.
2. Личная. Она обеспечивает защиту одного человека от другого.
3. Интимная. Это дистанция полной человеческой близости.

В исследовании, конечно, приемлемы только первые две дистанции. Их количественные характеристики не являются абсолютными. Размер дистанции — это часть социокоммуникативной системы поля. Разные поля — разный смысл у одной и той же дистанции, измеренной в сантиметрах или метрах. Исследователи сравнивают национальные особенности. Действительно, они часто очевидны.

Одна американка, прожившая несколько месяцев в Сыктывкаре, жаловалась, что невозможно было ездить в автобусе, т. к. люди к ней старались прижаться. Мои попытки объяснить ей, что они это делали не из сексуальных, а из сугубо утилитарных соображений, ни к чему не привели. «Нормальная» дистанция в нашем общественном транспорте в контексте культурных программ ряда народов воспринимается как «недопустимо интимная».

Национальные различия хорошо видны в очереди.

Когда я в первый раз в Великобритании пошел покупать билеты на поезд, меня удивила длинная очередь, хорошо видная издалека. Она тянулась через весь зал. Когда я подошел ближе, то увидел, что там стоит всего человек 5-7. Но между ними была огромная, по нашим меркам, дистанция. В России при наличии такой дистанции люди уже с чистой совестью вклиниваются, не воспринимая человека, стоящего на расстоянии полутора метров, как члена очереди. В Дагестане же я попал на автовокзал в очередь, где все участники прижимались телами друг к другу с максимальной доступной силой, чтобы не позволить никому втиснуться между ними.

Но различия в определении дистанции не сводимы к национальным культурам. Не менее значимы различия в культурных программах отдельных социальных, субкультурных групп и даже малых групп. Часто приводятся данные, определяющие дистанцию в контексте американской культуры общения. Но такая культура как нечто единое — очень сомнительный миф. Америка настолько культурно пестрая страна, что попытки выведения единой шкалы могут означать лишь сведение американской нормы к стандартам белого среднего класса. Аналогичным образом обстоит дело и в России. Здесь также легко обнаружить разнообразие норм, регулирующих дистанцию. Поэтому исследователю, оказавшемуся в чужом социокультурном поле, бесполезно искать ответы в переводных книгах, описывающих язык тела. Выход только в наблюдении практик поддержания дистанции изучаемыми людьми и принятии их стандартов. Э. Холл (1995: 289) советует: *«Смотри, как стоят люди относительно друг друга, и не отодвигайся. Может быть, вам покажется странным ваше положение относительно вашего собеседника, но вы сами удивитесь, насколько к лучшему изменится отношение к вам других людей».*

ГИД ИНТЕРВЬЮ КАК СЦЕНАРИЙ

Особенности вопросника (гида) глубокого интервью. Типология вопросов. Динамические вопросы. Проблематизация интервью от первого и от третьего лица. Логические развилки. Принцип воронки.

Вопросник (guide — гид, гайд) интервью

Вопросник в качественном интервью состоит из тем или исследовательских вопросов.

Темы — это обозначение с помощью назывных предложений сюжета, который необходимо обсудить в интервью {«*Отношение студентов к ...*»}. Исследовательские вопросы, как и темы, обращены к самому исследователю («*Как студенты относятся к ... ?*»). Суть тем и вопросов одна и та же, различна форма. С точки зрения логики, лучше выбирать одно из двух. Это важно, когда инструментарий будет смотреть посторонние люди. Но с точки зрения удобства самого исследователя, их смешение эффективнее, т. к. позволяет зафиксировать удачные формулировки вопросов. Темы же требуют их перевода в вопрос экспромтом, что не у всех и не всегда получается.

В гиде интервью содержится логически четкая структура будущего отчета, информация для которого обеспечивается интервью, проведенными по данному вопроснику. «*Хорошо разработанный вопросник сложного интервью должен иметь вид оглавления книги*» (Белановский 2001: 129).

Как и в книге, гид может иметь несколько уровней: часть, глава, параграф.

//. *Потребление алкоголя.*

1.1. *Потребление пива.*

1.1.1. *Потребление пива в домашних условиях.*

1.1.2. *Потребление пива в барах, кафе и т. д.*

1.1.3. *Потребление пива в прочих местах.*

Если гид интервью логически строен и соответствует структуре изучаемого предмета, то уже после первого транскрибированного интервью появляется набросок книги или статьи. Степень детализации вопросника может существенно колебаться. Правда, провести глубокое интервью по такой четкой схеме, не уморив информанта жесткостью своей режиссуры, — настоящее искусство.

Гид интервью имеет гибкий характер. Одно из проявлений этой особенности — постепенное усложнение вопросника, движение от слабо детализированного гида к существенно детализированному. К первому интервью может готовиться очень приблизительный план. Если это только вхождение в тему, то весь гид сводится к ее развернутой формулировке.

После обработки транскрипта интервью план уточняется за счет внесе-

ния в него тем и вопросов, появившихся в ходе проведения интервью. В следующем интервью детализация продолжается.

Главная функция вопросника — напоминание: надо не забыть спросить об этом и о том. Как и в какой форме будет задан вопрос — решается уже по ходу интервью.

Динамические вопросы

Гид интервью может включать так называемые динамические вопросы. Они ориентированы уже на информанта. Их цель — поддержание беседы в динамической форме. Часто это удачные формулировки вопросов, которые желательно не забыть в ходе интервью.

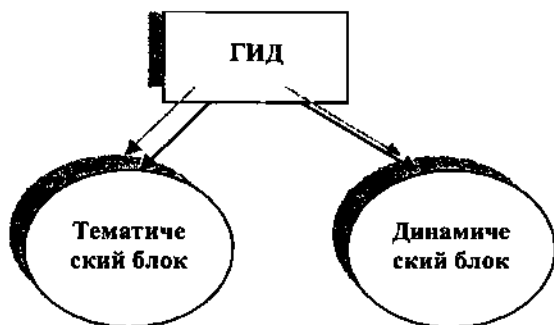


Схема 12. Структура гида

Задача таких вопросов — создание благоприятной атмосферы взаимопонимания: *«вопросы должны содействовать позитивному взаимодействию и поддерживать ход беседы, мотивировать интервьюируемого рассказывать о своем опыте и чувствах»* (Kvale: 130). Поскольку качественное интервью — это беседа, во втором блоке нередко используется рассказ самого интервьюера о тех или иных событиях, которые вписываются в рассматриваемую тему. Лучше, если информационная активность интервьюера будет ограничена только фактами без интерпретации, поскольку во втором варианте возможно искажение ситуации. Так, если мнения расходятся, то может возникнуть спор, блокирующий дальнейшее откровенное обсуждение. Если взгляды сходятся, то интервьюер может навязать свой вариант интерпретации, который отсутствовал у его собеседника до встречи.

Нередко полезна разработка двух гидов:

- 1) Перечень основных исследовательских вопросов.
- 2) Перечень вопросов, которые учитывают как тематический, так и динамический аспекты интервью (Kvale 1996: 131).

Наличие двух параллельных гидов ведет к тому, что, с одной стороны, одному исследовательскому вопросу соответствует несколько динами-

ческих, во-вторых, один динамический вопрос может работать на несколько исследовательских (тематических) вопросов.

Динамизм беседе придает введение в нее *противоречий*. Это переводит информанта из режима назидательного повествования в дискуссию. Это заставляет его искать убедительные аргументы, дополнительные факты, отходить от безапелляционного стиля. Он понимает, что просто «вешать лапшу на уши» здесь нельзя.

Есть разные варианты проблематизации интервью:

1. Проблематизация от лица интервьюера. Он ставит под сомнение сказанное информантом. Данный вариант чреват риском: информант может принять своего собеседника за идейного противника. Это заставит его тщательно взвешивать произносимые слова, редактировать текст, оставляя в нем только то, что обеспечивает его победу в споре. В этом случае нет места откровенности и самокритике. Если информант очень догматичен, то такая проблематизация вообще блокирует общение: «О чем с Вами можно говорить?». Эмоции вытесняют желание произносить слова.

2. Проблематизация от третьего лица. В этом случае интервьюер принимает на себя роль нейтрального и любознательного слушателя, а противоречие вносится с помощью таких оборотов: «Говорят, что...», «Я читал (слышал), что ...» и т. д.

Так в ходе бесед с профсоюзными лидерами я проблематизировал их речи, часто принимавшие форму митингового выступления, невинными шпильками: «А в администрации мне сказали, что...». Соответственно, в администрации ссылался на факты и интерпретации, исходящие от профсоюзов.

<i>Исследовательские вопросы</i>		<i>Динамические вопросы</i>
		Где Вы предпочитаете пить пиво?
Какие формы потребления пива распространены среди студентов?		Бывали ли студенческие вечеринки без пива?
		Чем Вас привлекает бар?
Какие формы досуга характерны для студентов?		Почему Вы редко пьете пиво дома?

Схема 13. Исследовательские и динамические вопросы

Тематическое построение вопросника

Гид глубокого интервью строится в соответствии с *принципом воронки*. Обычно это «нормальная» воронка: беседа начинается с самых широких вопросов, потом идут более частные и совсем частные. Изредка используется перевернутая воронка: тогда беседа начинается с частного вопроса. Смысл «нормальной» воронки связан с методологией качественного исследования: структура реальности должна вырисовываться из рассуждений информанта, а не из вопросов интервьюера.

Идеальное интервью, с моей точки зрения, сводится к одному общему вопросу-просьбе. Информант, отвечая на него, рассказывает о своем видении темы, аргументируя доступным ему материалом. В таком интервью есть лишь очень широкий, но в то же время четкий, ясный и интересный для информанта вопрос. Разумеется, идеалы в жизни встречаются редко и лишь очень немногим. Хорошее интервью начинается с самого широкого вопроса, за которым идут вопросы, направленные на конкретизацию. Завершается воронка очень конкретными вопросами, направленными на прояснение деталей.

При исследовании реструктуризации менеджмента и трудовых отношений я часто начинал основную часть интервью с вопроса: *«Не рассказжали ли, как в последние годы изменилась система управления вашим предприятием их характер трудовых отношений?»*.

Первый вопрос должен быть четким и однозначно понимаемым. В противном случае было бы наивно ждать от информанта ясного и развернутого ответа. Каков вопрос — таков и ответ. Вернее, на хороший вопрос может быть плохой ответ, но на неудачный вопрос трудно ожидать информативного ответа.

При определении темы интервью есть риск, что информант будет стараться жестко держаться в этих рамках, отбрасывая все, что ему кажется не относящимся к делу. При этом за борт окажутся выброшенными все факторы, влияющие на изучаемый процесс. Если информант не уверен в себе и боится показаться болтливым, то риск такого редактирования собственного ответа возрастает еще более. Поэтому при озвучивании информанту темы исследования я предпочитаю, четко указав ее фокус, дать расширенные и несколько размытые границы.

«Я изучаю жизнь немецких переселенцев из бывшего СССР в Германии. Не могли бы Вы рассказать о происхождении своей семьи, как оказались в ФРГ и как здесь устроились?»

Если информант поймет слишком широко тему, его можно мягко направить в нужное русло, но если он сам отбросит «все лишнее», то порою невозможно и догадаться, как много важной информации оказалось за бортом.

Часто тема исследования формулируется на научном языке. Озвучивать ее дословно информанту, который нередко имеет весьма низкий уро-

вень образования, бессмысленно. Но и образованным информантам, представляющим профессии, далекие от твоей, нет смысла произносить непонятные слова.

Например, первый мой проект в ФРГ назывался так: «Социальное конструирование этничности (на материалах российских немцев)». Можно представить, с каким недоумением смотрели бы на меня мои информанты, если бы я договаривался с ними об интервью на такую тему. Поэтому научная формулировка темы переводится на «нормальный» язык.

Нередко гид имеет сложную логическую структуру и распадается на ветви. На каждой *логической развилке* стоит условный знак «Если X, то ...». На такой развилке интервью с разными респондентами поворачивает по разным направлениям.

Так, в интервью по теме «Социальное конструирование тела» одна из логических развилок разводит в разные стороны беседу с теми, кто активно занимается физкультурой (фитнес, бодибилдинг, зарядка и т. д.), и теми, кто этого избегает. У этих двух групп людей существенно различаются и повседневные практики, и представления о нормах, эталонах. Поэтому после развилки беседа фактически идет по двум разным гидам.

Структура качественного интервью должна быть гибкой и постоянно модернизироваться в процессе исследования, так как сбор и анализ информации идут одновременно. Здесь действует этнографическая спираль: интервью – анализ – уточнение гида – снова интервью и т. д.

Однако на практике соблести этот принцип бывает порою сложно. Одна из трудностей на этом пути порождается экспедиционным характером многих исследований: поле находится далеко от места постоянного жительства социолога, поэтому выбираться туда удается наездами. И в период таких полевых экспедиций вполне естественно все силы бросаются на сбор информации. Анализировать же ее в полном объеме в этот отрезок не удастся. В результате многие интервью проводятся по относительно жестким гидам, в которые не удастся вносить своевременные уточнения, дополнительные вопросы.

Именно такая ситуация была во время моих исследований, проводившихся в Воркуте, на провинциальных рынках России, в Германии и США. Основная часть интервью транскрибировалась уже после завершения полевого этапа, когда вернуться назад и задать дополнительный вопрос было уже невозможно. Это, разумеется, заметно ухудшало качество собираемого материала.

Такие же проблемы возникают и при привлечении к работе вспомогательного персонала. Интервьюеры получают гиды, инструктируются и начинают интервьюирование. Нередко они ведут эту работу вдали от руководителя проекта, и тогда регулярное обсуждение результатов и корректировка гида становятся затруднительными или вообще невозможными. ...

Так, в Германии в моем проекте работало на интервьюировании в разных городах, кроме меня, три девушки. Лишь небольшую часть интервью удавалось слушать в записях в полевой период. В результате слабости, пропуски вопросов обнаружились лишь значительно позже, когда интервью были транскрибированы и начался их анализ.

Типология вопросов в глубоком интервью

Вопросы, задаваемые в ходе глубокого интервью, существенно различаются как по своим функциям, так и по форме. Возможны разные способы их классификации. Здесь приводится один из них (Kvale 1996: 133-135).

Вводные вопросы. С них начинается интервью. Типичные формы таких вопросов: *«Не могли бы Вы рассказать мне о ...?»*, *«Не могли бы Вы описать, как ..?»*, *«Не могли бы Вы припомнить, как ...?»*. Эти вопросы обычно очень широкие. Это скорее не вопросы, а просьба рассказать о чем-то.

В одних случаях такие вопросы дают хороший толчок для рассказа. Но так происходит далеко не всегда.

Во-первых, в начале интервью еще нет хорошего контакта между интервьюером и информатором. Поэтому редко кто готов незнакомому человеку сразу начинать обстоятельный рассказ, движимый собственной инициативой. В результате в ответ на общий вопрос можно получить ничего не содержащий ответ. Поэтому принцип воронки я часто реализовывал, начиная с основной части интервью. А во вводной концентрировал внимание на понимании горизонтов жизненного мира информанта. Это могут быть вопросы биографического характера. Например, *«Не могли бы Вы немного рассказать, где и чем вы занимались, до прихода на эту должность?»*.

Во-вторых, многие люди, не имея фона для сравнения, просто не могут вести рассказ. Любое описание — это явное или скрытое сравнение с чем-то. Если жизненный опыт не дает материала для такого сравнения, то рассказ оказывается весьма затруднительным. Такое происходит при общении с людьми самых разных категорий. Чаще всего — это не очень образованные люди, живущие в узком и замкнутом социальном мире. Однако нередко такие общие вопросы ставят в сложное положение и директоров предприятий, менеджеров. Многие из них проработали всю жизнь на одном заводе и с трудом представляют, что где-то все может быть организовано совсем по-другому.

«Расскажите, пожалуйста, как Вы жили в своем селе на Украине», — просит интервьюер престарелого российского немца. «Так и жили. Чего рассказывать? Работали и жили. А как было еще жить?».

В этих случаях почти сразу приходится переходить к уточняющим вопросам.

Вопросы, демонстрирующие внимание интервьюера. Эти вопросы показывают, что интервьюер заинтересованно и внимательно слушает, что стимулирует продолжение рассказа. Эта задача решается разными методами:

- вопрос, касающийся того, что только что было сказано и выражающий удивление, сомнение (*«Так Вы говорите, что..?»* или *«Не может быть!»*);
- повторение в вопросительной форме ключевого слова ответа;
- кивание головой в знак внимания или простое «угу».

Слушание предполагает внимание к мелким деталям, указывающим на наличие за ними важной информации. Это может быть интонация, повышенная эмоциональность в описании короткого второстепенного эпизода, необычный термин. Через умелое слушание осуществляется режиссура спектакля «Интервью». Исследователь, демонстрируя внимание к наиболее интересным для него сюжетам, ненавязчиво подталкивает информанта обратить на них больше внимания.

Вопросы, толкающие к углублению ответа. Это вопросы, прямо стимулирующие рассказчика к продолжению и углублению рассказа: *«Не могли бы Вы рассказать побольше об этом?»*, *«Не могли бы Вы подробнее рассказать о том, что произошло потом?»*, *«Можетели Вы привести еще примеры этого?»*.

Уточняющие вопросы. Этот тип вопроса толкает рассказчика к деталям: *«И что Вы там увидели?»*, *«И чем эта вещь Вам понравилась?»*. Если ответ носит обобщающий, расплывчатый характер, возможна конкретизация: *«Вы тоже это купили?»*.

Прямые вопросы. Такие вопросы не очень уместны в самом начале интервью, где желателен свободный рассказ. По функции они схожи с уточняющими вопросами, но отличаются особенно конкретной формой: *«И сколько это стоило?»* Прямые вопросы — атрибут допроса, поэтому их активное использование в исследовательском интервью может вызвать у информанта подозрение, что он играет в спектакле под иным названием. Особенно опасны такие вопросы при обсуждении тем, которые для информанта могут быть щекотливыми, закрытыми, неуместными для обсуждения с посторонними людьми и т. д. А ведь интервьюер смотрит на мир с иной колокольни и обычно плохо представляет тематическую иерархию чувствительности.

Косвенные вопросы. Косвенные (или проективные) вопросы направлены на то, чтобы избежать прямых вопросов по тем темам, по которым собеседнику не хотелось бы давать прямой ответ, касающийся его реального поведения (или исследователю представляется, что ему это делать не хочется). Такие косвенные вопросы могут иметь разную форму. В-первых, это предложение воображаемой ситуации: *«Если бы Вам это предложили, Вы бы могли согласиться?»*. Во-вторых, это вопрос отно-

сительно всей группы людей, к которой принадлежит интервьюируемый индивид: *«Какое отношение к данным услугам характерно для студентов Вашего круга?»*. Такой вопрос позволяет информанту ответить, скрывшись в толпе. В результате можно получить важную для исследования информацию, не придавая ей конфиденциального статуса.

Структурирующие вопросы. Структурирующие вопросы направлены на то, чтобы интервью не отклонялось слишком далеко от темы исследования, не уходило вслед за мыслью интервьюируемого в далекие области. Возможны разные варианты решения этой задачи. Один из них — вопрос относительно того сюжета, с которого начался отход в сторону: *«Итак, Вы говорили, что... Неужели это так и было?»*. В результате беседа возвращается в нужное русло. Структурирующий вопрос необходим и при переходе к очередному блоку: *«А теперь я хотел бы задать Вам несколько вопросов относительно Вашего досуга. Вы часто ходите в кино?»*.

Молчание. Умело вставленная пауза фактически выполняет функцию вопроса, толкающего к продолжению рассказа. Рассказчик остановился, поскольку закончился запас информации, лежащей на поверхности, но интервьюер внимательно молчит, как бы приглашая подумать и вспомнить что-то еще. Умелое молчание — это реплика в разговоре. Часто многозначительная реплика. С. Моэм в романе «Театр» пишет: *«Чем больше актер, тем дольше пауза»*.

Интерпретирующие вопросы. Интерпретирующий вопрос по своей форме часто является перефразированием элемента ответа: *«Так Вы говорите, что...?»*, *«То есть Вы считаете, что...?»*. С помощью такого вопроса исследователь сверяет свою интерпретацию ситуации с ее видением глазами информанта. Такие вопросы очень важны, чтобы избежать неприятной ситуации, нередко возникающей в практике как исследователей, так и журналистов: информанты, читая текст, написанный на основе их рассказа, с раздражением говорят: *«Все переврал!»*.

АНАЛИЗ ТЕКСТОВЫХ МАТЕРИАЛОВ

Особенности анализа качественного интервью. Подготовка анализа. Транскрибирование. Интеграция анализа в процесс интервьюирования. Категоризация текста. Уплотнение смыслов. Нарративный анализ. Метод снежного кома. Интерпретация смыслов. Исследовательская триангуляция. Анализ данных в программе «Атлас».

Явления, изучаемые с помощью самых разных методов сбора информации (различные типы интервью, фокус-группы, наблюдение), в конечном счете превращаются в эмпирические данные, имеющие форму текстов: транскрибированных интервью и стенограмм фокус-групп, протоколов наблюдения. И эти тексты становятся материалом для анализа. Здесь часто начинаются главные трудности. Мне приходилось видеть исследователей, собравших горы материалов и застывших в недоуменном вопросе: «Что теперь с этим делать?». И чем больше гора, тем сильнее недоумение.

Особенности анализа качественных интервью

Начиная описание методов анализа качественных интервью, сразу же надо оговориться, что их количество не сопоставимо с методами статистического анализа. Набор правил, которые можно назвать методами, весьма ограничен. Кроме того, по степени своей жесткости, проработанности они тоже не сопоставимы с методами статистического анализа. С одной стороны, это облегчает освоение качественного анализа. Но с другой стороны, чем меньше правил, тем больше требуется искусства, творческого воображения, интуиции и т. д. Иначе говоря, глубокие интервью обрабатывать механически, опираясь на слепое следование правилам, нельзя. Поэтому далеко не все, кто делает глубокие интервью, оказываются в состоянии их обработать. И в качественных исследованиях не редкость наличие транскриптов интервью, которые не были использованы при написании отчета.

Анализ — это получение нового знания посредством разложение целого на составные элементы (процедура, противоположная синтезу). Его результатом является выделение составных частей целого с целью их более детального изучения. В данном случае таким целым является материал глубокого интервью. В качественном исследовании основной анализ занимает промежуточное положение между интервью, т. е. рассказом интервьюируемого, и отчетом, т. е. пересказом исследователя.

В количественном исследовании анализ — это самостоятельная, автономная, часто просто изолированная фаза. При сборе информации никакого анализа нет. Он начинается, когда все данные собраны, почищены. Это прежде всего статистический анализ. Затем результаты статистического анализа используются при написании отчета для анализа теоретического.



Схема 14. Место анализа в исследовании

В качественном исследовании анализ пронизывает все этапы. Помимо анализа в чистом виде, занимающего промежуточное место, есть анализ, интегрированный в интервью или фокус-группу, и анализ, продолжающийся во время написания отчета. Можно сформулировать ряд принципов его применения.

Подготовка анализа

Исходный принцип подхода к анализу качественных интервью можно сформулировать так: *«Никогда не ставь вопрос о том, как анализировать расшифровки интервью, после их проведения»*. Здесь действует тот же подход, который формулируют статистики в количественных исследованиях: *«Консультируйся со мной относительно анализа данных прежде, чем соберешь их»*. Иначе говоря, думай о том, как анализировать интервью прежде, чем начнешь их проводить. Тогда метод анализа будет направлять и составление гйда, и сам процесс интервьюирования, и расшифровку магнитофонных записей (Kvale 1996: 177-178). При разработке гйда логика будущего анализа разворачивается в структуре интервью. Например, вопрос, выводящий на рассказ о факте, сопровождается вопросом об имеющихся аргументах, доказывающих реальность этого факта, или пути, по которым он дошел до сведения информанта (подробнее см. в разделе, посвященном гиду).

Интеграция анализа в ход интервью

Анализ качественного интервью не является особой изолированной фазой. Он интегрирован в процесс беседы. Поэтому анализ идеального интервью завершается до того, как оно закончено (Kvale 1996: 178). Интервью идет как беседа двух людей, ищущих новое знание. Если интервью организовано удачно, то анализ пронизывает его от начала до конца. При этом и структура анализирующего интервью приближается к структуре отчета.

Основная часть анализа идет по письменному тексту — результату транскрибирования звуко- или видеозаписи.

1. Субъект описывает в ходе интервью свой жизненный мир. Это спонтанный рассказ о том, что люди делают, чувствуют без всяких попыток интерпретации со стороны как интервьюируемого, так и интервьюера (Kvale 1996: 189). Такой материал обычно лежит на кончике языка информанта. Достаточно правильно за-

данного вопроса в правильно выбранный момент, и эта информация слетит с языка.

2. Субъект в ходе интервью обнаруживает новые связи, смыслы, которые раньше для него были незаметны (Kvale 1996: 189). Так, студент, поставленный в ситуацию, когда от него ждут связного рассказа о тех или иных аспектах его потребительского поведения, вынужден связно излагать то, о чем он никогда серьезно не думал, действуя полуавтоматически. В результате он задумывается о многих вещах, которые казались самой собой разумеющимися, обнаруживает смыслы, которые ранее никогда не озвучивались, сам открывает связи, зависимости, о существовании которых ранее не подозревал. Рассказ — это уже форма анализа. Я рассказываю — значит анализирую.

Как-то я договорился о коротком интервью с председателем городского Совета. Когда время, отведенное им первоначально на интервью, было исчерпано, мой информант дал указание своей секретарше отключить телефон, никого к нему не пускать и принести чай. Интервью получилось очень длинным и интересным. Прощаясь, мой собеседник приглашал приходить еще: «Я с Вами задумался над вопросами, о которых прежде никогда не думал, хотя сделать это стоило бы». В ходе интервью он не столько отвечал на мои вопросы, сколько размышлял при мне на предложенные ему темы, показавшиеся вдруг важными и интересными.

3. Интервьюер формулирует интерпретирующие вопросы, возникающие по ходу слушания рассказа. Например, «*Какая понял.., ?*». В свою очередь, интервьюируемый реагирует в ответ: «*Да, именно это я и имел в виду*», «*Нет, я не это имел в виду*» или же «*Нет, это не совсем то, что я чувствую. Это скорее похоже на ...*». Этот диалог продолжается до тех пор, пока будет достигнута четкая и однозначная интерпретация, либо до тех пор, пока не обнаружится, что интервьюируемый имеет очень расплывчатые и противоречивые представления. Результатом этого процесса является самокорректирующееся интервью (Kvale 1996:189).

Ставя интерпретирующий вопрос, я формулирую свою гипотезу, возникающую на основе мельком сказанной фразы или даже наблюдения за выражением лица моего собеседника. Добиваясь ответа, я проверяю эту гипотезу, либо подтверждая, либо опровергая ее. Интерпретирующий вопрос может играть и провоцирующую роль: исследователь делает вид, что неправильно понял информанта, подталкивая того к более детальной и глубокой аргументации. Правда, этим приемом можно пользоваться только в очень ограниченных масштабах, т. к. при переборе информант усомнится в интеллектуальных способностях интервьюера и потеряет интерес к беседе.

Транскрибирование интервью

Объектом основного анализа является запись интервью, переведенная из звуковой формы в текст — транскрипт. У многих начинающих исследователей возникает иллюзия возможности анализа прямо с пленки. Я пробовал. Это обернулось потерей и времени, и средств. В результате подтвердился старый принцип: ленивый работает дважды. Однако студенты часто мне не верят, и лень стимулирует это недоверие. В результате они идут опытом проб и ошибок. А на пути — время и силы, потраченные на интервьюирование и не приведшие к ожидаемым результатам.

Дело в том, что текст интервью (транскрипт) можно пробегать глазами в разных направлениях, копировать, редактировать, быстро возвращаться к нужной цитате и т. д. Со звуковой записью работать гораздо сложнее и процесс идет несравненно медленнее. Это вывод, основанный на собственных ошибках. (Правда, на чужих ошибках учатся лишь очень благоразумные люди.)

Когда мало денег на наем вспомогательных работников для транскрибирования интервью, а времени еще меньше, используют усеченный вариант подготовки анализа: полностью транскрибируются первые наиболее удачные интервью, а затем этот процесс идет избирательно. При прослушивании записей опускаются общие места, пустые рассуждения, повторы того, что уже известно из первых интервью. Правда, такая экономия ведет к тому, что интервью как цельный текст исчезает. В результате его сложно анализировать, погружаясь в контекст. Поэтому оптимальный вариант — это полный перевод интервью в форму письменных текстов.

Транскрибирование — это не чисто техническая работа. Это одна из важных фаз интерпретации изучаемой реальности. Поэтому интервьюер должен в этом участвовать: либо самостоятельно транскрибируя, либо дорабатывая транскрипты, подготовленные другими. Интерпретация в данном случае — это приписывание исследователем смыслов самой ситуации интервью, поведению информанта и произнесенной им речи. Что это было? Откровенный разговор или фарс? Он говорил это всерьез или иронизировал?

Интервью — это объемный процесс взаимодействия интервьюера и информанта, спектакль, включающий в себя много разнообразных компонентов. Соответственно, при создании текста желательно максимально точно воспроизвести интервью именно как целостный спектакль, нагруженный контекстами, как событие. Можно предложить примерную *матрицу оформления текста*:

1. Кодирование интервью — это присвоение тексту кода, который в дальнейшем будет использоваться как сноска при цитировании в отчете или статье. Кодирование желательно делать сразу же в процессе транскрибирования, т. к. без этого использование материалов интервью приведет к путанице. Возможны разные варианты. Жесткого правила быть не может. Форма кодирования выби-

рается, исходя из набора самых важных характеристик информанта, которые должны быть упомянуты при цитировании. Разные темы исследования — разные формы кодирования. Я обычно использую код, который включает в себя номер текста, год, его характер (интервью или протокол наблюдения), часто пол, иногда — место проведения.

Например, в исследовании российских немцев код выглядел так: 3-03-и-Е)-ж (№ 3, 2003 г., интервью, в Германии, информант — женщина). Часто вставляется цифра, обозначающая возраст. Порою рекомендуют ставить первую букву псевдонима информанта и номер страницы транскрипта.

2. Паспортница — краткая характеристика информанта, (а) В зависимости от ситуации она включает либо ФИО, либо только имя. (б) Социально-демографические характеристики. Их набор может варьироваться в зависимости от темы исследования. Правда, в начале исследования далеко не всегда представляешь, что может пригодиться. Как минимум этот раздел включает возраст, пол, социальное положение. Как максимум я очень кратко описываю, к какому типу относится данный информант (разные темы — разные основания классификации). Во многих моих исследованиях я включал перечисление основных вех биографии. Взглянув на эту паспортницу, исследователь сразу вспоминает, с кем было интервью. Это особенно важно, когда уже собрано большое количество текстов, к которым приходится обращаться повторно. Паспортница включает материалы, которые всплывают по ходу транскрибирования (например, мельком упомянутый важный факт биографии). Поскольку настоящее имя, упомянутое в тексте статьи или книги, чревато узнаваемостью информанта, ему часто присваивается псевдоним, используемый при цитировании. И паспортница включает его. Реальное имя, а часто и адрес, телефон тоже могут включаться в этот текст, если он не предназначен для передачи посторонним людям. Я это обычно делаю, если предполагаю, что данный информант может быть востребован для повторного интервью. Порою я вставляю в транскрипт такого закрытого для посторонних интервью фотографию информанта.

3. Фамилия интервьюера. Эта информация важна, когда исследование проводят несколько человек. Личность интервьюера, его квалификация, особенности стиля работы порою являются важными факторами, учитываемыми при интерпретации текста. Информант говорит не в пустоту, а глядя в глаза конкретному человеку. Разные собеседники — разные речи, произнесенные вслух одним и тем же информантом.

4. Дата и время проведения интервью. Нередко это важные характеристики текста. Например, при изучении шахтерского движения мне очень много приходилось спрашивать об уже прошед-

ших событиях. День, пять, сорок дней или год, отделяющие интервью от обсуждаемого события, — это ключевые данные, корректирующие интерпретацию сказанного. Время дня, продолжительность интервью также важны для оценки сказанного. Готовность многих людей общаться в семь утра и в семь вечера совершенно разная. Уровень общительности в конце получасового или трехчасового интервью также различаются.

5. Место проведения интервью. Это декорации, в которых разворачивается спектакль «Интервью». Декорации являются важным невербальным текстом, который открыт для интерпретации. В то же время декорации влияют и на ход интервью. Беседа в домашней обстановке и в переполненном офисе — это два совершенно разных интервью. И это нельзя не учитывать при интерпретации текста.

6. Обстоятельства интервью, (а) Я включаю сюда краткую характеристику установления контакта: как удалось выйти на этого человека, как он отнесся к предложению провести интервью, как относился к нему в процессе беседы. Эти факты позволяют ответить на вопросы о том, отвечал человек свободно и охотно или вымучивал ответы и ждал как освобождения окончания интервью, (б) Очень важно наличие или отсутствие зрителей. Коллеги, начальник, присутствующие при интервью или периодически проходящие мимо, — это мощные факторы, влияющие на содержание и объем сказанного.

7. Костюм информанта. Этот элемент матрицы важен, но не всегда. Одежда — это важный текст, характеризующий и информанта, и его поведение в данной ситуации. Так, при изучении поведения потребителей описание одежды — это ответ на вопрос «*Кто сидит перед тобой? Эксперт в области моды или потребитель-дилетант?*». Одежда очень важна для понимания идентичности информанта, его места в социальной иерархии, вкуса, уровня жизни и т. д. Иногда я использую фотографии информанта в месте проведения интервью. Это прекрасный лаконичный материал, моментально вводящий в контекст беседы, оживляющий воспоминания о ней, что существенно облегчает анализ.

8. Текст интервью. Это вопросы и ответы. Нет и не может быть единства мнений относительно подробности воспроизводства сказанного. В зависимости от темы исследования эти подробности могут иметь разное значение. В одних случаях важен только смысл произнесенных слов. В других случаях большое значение имеет набор используемых слов, наличие или отсутствие ошибок в их произношении, стиль речи, ее связность, темп, гладкость и т. д. Если нам важно не только то, что сказано, но и то, как это было сказано, то при транскрибировании воспроизводятся все детали, звучащие на кассете: разного рода «хм», «м-да», «так сказать»,

этого процесса — сократить число выявленных понятий до небольшого числа категорий. Оперирование ими делает изучаемую ситуацию более понятной и прозрачной. Она предстает как картинка, в которой выделены и сведены в одно место однородные явления, имеющие общую сущность.

В ходе анализа транскриптов интервью с этническими немцами в России и ФРГ был выявлен целый ряд ситуаций смены этничности: «отказ от немецкой национальности родителей при получении советского паспорта»; «смена немецкой национальности вместе со сменой паспорта по возрасту»; «принятие мужниной фамилии жены с целью ухода от своей немецкой фамилии»; «смена женщиной фамилии при замужестве одновременно со сменой национальности в паспорте»; «возвращение к немецкой национальности в паспорте»; «подача заявления на выезд в ФРГ в качестве немца при наличии смешанного состава родителей»; «изменение неформальной этнической самоидентификации» и т. д.

Каждая ситуация кодировалась с помощью короткого понятия, которое обобщало и обозначало в лаконичном виде выше описанные ситуации. Все эти ситуации вместе были описаны с помощью **категории ситуативной этничности**. Категория, в отличие от понятия, не только обозначает явление, но и описывает его суть, механизм. Ситуативная этничность была определена мною как процесс смены этнической идентичности с целью лучшего приспособления к социальным условиям и более эффективного использования этнического ресурса. Иначе говоря, если невыгодно или опасно быть немцем (период сталинской депортации и последующих ограничений гражданских прав), то человек, относящийся к данному феномену, становился русским или украинцем; когда появилась возможность выезда для немцев в богатую ФРГ, в нем вдруг просыпается голос крови, он меняет запись в паспорте и просит отпустить его на родину в ФРГ.

Как подбираются словесные формы категорий? Большой соблазн использовать категории, имеющиеся в литературе. Если обнаруживаемые явления однозначно соответствуют имеющимся научным описаниям и определениям, этот метод подходит. Однако в этом случае нет развития теории. Мы просто констатируем, что феномен, описанный во многих книгах, имеет место и в нашем городе. В прикладных исследованиях, ставящих вопрос «А если ли явление X здесь?», такой метод вполне приемлем. Если же мы идем дальше и пытаемся обнаружить новую модель, то такой метод не подходит. Более того, он опасен, поскольку новую модель обозначает через старое понятие, содержащее несколько иной смысл. Это может ввести читателя в заблуждение.

Другой вариант — изобретение собственного слова для обозначения категории. Чтобы было меньше опасных ассоциаций с уже имеющимися определениями, избегают понятий из обыденной речи.

Третий вариант — название категории берется из определений, даваемых изучаемыми людьми.

Например, этнические немцы, переехавшие в Германию из стран СНГ и понявшие, что они очень далеки от «настоящих» немцев, живущих там, придумали новое самоназвание — «русаки». Эта категория подчеркивает, что эти люди и не немцы, и не русские. Это этнические немцы из России или Казахстана, которые переехали в ФРГ, не смогли интегрироваться в немецкую культуру, да и не хотят этого делать, в то же время для русских они тоже не свои.

На выделении категорий анализ не прекращается. Дальше идет *развитие категорий*. Одно из его направлений — *выделение свойств* (атрибутов) категорий.

Например, этничность проявляется в таких свойствах, как самоидентификация, знание языка, соблюдение национальных традиций, участие в этнических сетях, приверженность национальной кухне, привязанность к родине, знание истории своего народа, поддержание границы с «чужаками». Анализируя текст, мы выделяем не просто категорию этничности, но и ее проявления в виде свойств в каждом отдельном случае.

Одно из его направлений — выделение субкатегорий. Крупные категории делятся на *субкатегории*. Это не понятия, а разновидности категории. Категоризация в такой форме часто ведет к сильной формализации текстов и переходу к упрощенному количественному анализу. Такая категоризация обычно применяется на стадии пилотажа при подготовке количественного исследования, когда ясно, о чем спрашивать, но не понятно, какие варианты ответов могут быть. Предмет вопроса — это категория, варианты ответов — субкатегории. Этот метод анализа по своей сути близок контент-анализу, используемому для количественного анализа текстов.

Одним из вариантов развития категорий является также выявление *измерительной шкалы* (dimensional range). Шкала накладывается на каждое свойство, придавая ему количественное или относительное измерение.

Например, при изучении этничности очень важна степень владения родным языком. Она описывается с помощью шкалы, на одном полюсе которой — свободное владение разными формами национального языка (литературный, разговорный и т. д.), на другом — полное его незнание. Иное свойство — интенсивность использования родного языка. На одном полюсе — использование в общении только его, на другом — полное отсутствие его использования.

Результатом такой категоризации могут быть цифры, которые открыты для статистического анализа. Текст интервью или отчета о наблюдении кодируется. Длинные суждения сводятся к простым значкам типа (+) или (-), которые обозначают наличие или отсутствие искомого феномена. Другой вариант — ранжирование суждений по пятибалльной, например, шкале, отражающей силу феномена (1 — минимальная, 5 — максимальная). В результате длинный текст сводится к таблице с цифрами и значками. Кате-

горизация готовится либо до начала интервью, либо в ходе обработки расшифрованных текстов (Kvale 1996: 192).

Категоризация начинается с выделения категорий анализа и соответствующих им субкатегорий.

Таблица 5

Категоризация в исследовании курения

<i>Категории</i>	<i>Субкатегории</i>
Тип потребительского поведения на табачном рынке	<ul style="list-style-type: none"> - курят; - «балуются», курят изредка; - не курят.
Время начала курения	<ul style="list-style-type: none"> - в младших классах школы; - в средних классах; - в старших классах; - в армии до университета; - на работе до университета; - в период обучения в университете.
Ситуация приобщения к курению	<ul style="list-style-type: none"> - на переменах; - на перекурах на работе, в армии и т. д.; - на вечеринках; - индивидуально, вне компании; - другие.
Объекты потребления	<p>Марки табачных изделий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - «Прима»; - «Marlboro»; <p>и т. д.</p>
Отношение курильщиков к перспективам курения	<ul style="list-style-type: none"> - не собираются бросать; - курят, хотят бросить, но еще не пытались; - курят, бросали, но безуспешно; - бросили.
Способы борьбы с привычкой	<ul style="list-style-type: none"> - простые волевые усилия; - использование специальных препаратов; - обращение к врачам; - обращение к специалистам нетрадиционной медицины (экстрасенсы и т. п.); - другие.

Развитие категорий

Категория	Свойства (субкатегория)	Шкала измерений	
Потребление алкоголя	Длительность	Всю жизнь	Никогда
	Интенсивность	Высокая	Низкая
	Отношение	Позитивное	Негативное

Уплотнение смыслов

Уплотнение смыслов означает сведение, сжатие суждений интервьюируемых к коротким формулировкам, порою сводимым к нескольким словам.

Технически это можно делать в следующей форме. Страница разбивается на два столбца. В один заносится текст транскрибированного интервью, в другой записываются точные и лаконичные интерпретации отдельных кусков текста. В результате пространный, порою нечеткий текст в первом столбце превращается в набор выводов, фиксируемых во втором столбце.

В процесс уплотнения смысла я еще включаю выделение в левом столбце цитат, которые, как мне кажется, удачно иллюстрируют или подтверждают сделанный в правом столбце вывод.

Таблица 7

Естественные смысловые единицы и их центральные темы

<i>Естественные смысловые единицы</i>	<i>Уплотненные суждения</i>
1.	
2.	

Такая таблица делается по каждому транскрипту. Потом выводы из правого столбца сопоставляются. Это ведет к тому, что в одних случаях вывод уточняется, в других корректируется, в третьих — переводится в многовариантный режим (выводы одного интервью — вариант 1, другого вариант 2 и т. д.).

Описательный (нарративный) анализ

Его задача сводится к тому, чтобы из прерывистого нелогичного рассказа сделать связный текст, упорядоченный, во-первых, хронологически (т. е. описываемые события описываются в том порядке, в каком они имели место), во-вторых, тематически (все суждения, факты, касающиеся одной темы, даются в одном месте), в-третьих, логически (следствия и причины идут рядом). Порою необходимо составить связный рассказ из

множества разбросанных в разных местах интервью отрывочных фраз, упоминаний, суждений, описаний и т. д. Нарративный анализ в одних случаях по объему меньше текста интервью, в других — больше.

Нарративный анализ может иметь разную форму. *Во-первых*, это нарративный анализ отдельного интервью. Его результатом является логически связный и последовательный рассказ одного человека. *Во-вторых*, это синтез нескольких индивидуальных историй, рассказов в один. Как правило, эти две формы выступают в качестве последовательных фаз в одном и том же исследовании.

Во втором случае текст приобретает логические развязки: если в данной ситуации действует фактор X, то вероятен вариант А, если же фактор У, то вариант Б. И каждый вариант — это альтернативное описание. В центре внимания постоянно стоит вопрос: какие еще варианты данной ситуации встречаются в изучаемой реальности?

Важной задачей нарративного анализа является интерпретация того, каким способом информант делает свой рассказ понятным для слушателя — интервьюера. Борьба за понимание идет минимум на двух уровнях:

1. Понимание произносимых слов и содержания текста. Информант, примерно представляя степень удаленности исследователя от своего жизненного мира, пытается перевести жаргонные слова, профессиональные термины на язык дилетантов и чужаков. Логику описываемых процессов он пытается «разжевать», сделать ее доступной слушателю. Таким образом, в интервью часто звучит искусственная речь, порожденная ситуацией спектакля для чужака.

2. Понимание как оправдание («Понять — значит простить»). На этом уровне информант, пытается вставить описание событий и поступков в смысловые рамки, доступные, с его точки зрения, исследователю. Часто это ответы на вопрос самому себе: зачем я это сделал? Исследователь же пытается понять, в каких объяснительных рамках информант описывает события.

Престарелый немец, бывший армейский офицер, рассказывал мне о войне, о своем участии в наступлении на Москву, о полученном там ранении и т. д. Я должен был понять не только факты, но и его героическое, с его точки зрения, поведение. Во время беседы он не высказывал нацистских взглядов, он очень доброжелательно относился к иностранцам, в т. ч. и к русским. Он рассказывал о своей встрече с бывшим советским офицером, который участвовал в обороне Москвы и тоже был ранен. А потом, через много лет после войны, они познакомились и вместе пили водку, вспоминая боевое прошлое. Это первый уровень интерпретации. На втором он уровень он объяснил мне мотивацию своих действий: «Мы все были военные люди. И наш долг состоял в том, чтобы выполнять приказы». Используемая объяснительная рамка (frame of explanations)—логика офицерского долга и дисциплины. С его точки зрения, это должно было быть понятным, объяснимым и мне (здесь мой собеседник меня явно переоценил).

Метод снежного кома в нарративном анализе

Этот метод включает в себя ключевые элементы и уплотнения смыслов, и снежного кома.

1. Отбирается наиболее удачный и полный транскрипт интервью. Им может быть и просто первое удачное интервью.
2. Этот текст подвергается нарративному анализу, т. е. превращается в логически стройный текст, очищенный от уклонений в сторону от темы, от повторов и многословия.
3. Текст нарратива уплотняется. В него включаются выводы, комментарии исследователя.
4. Следующие тексты просматриваются. Из них берутся куски, которые уточняют, корректируют, опровергают содержание базового текста. На основе этих материалов вносятся коррективы и в уже сделанные выводы и комментарии.

Идеальный вариант предполагает, что базовый текст пишется после первого удачного (!) интервью. На основе его анализа корректируется инструментарий, с его помощью проводится следующее интервью. Его материалы сразу же после транскрибирования интегрируются в базовый текст. Затем снова уточняется инструментарий, проводится новое интервью и интегрируется и т. д. до завершения исследования. Это принцип этнографической спирали.

Метод снежного кома позволяет максимально эффективно использовать весь имеющийся материал и тщательно его осмыслить. Тот факт, что базовый текст регулярно перечитывается и переосмысливается, обеспечивает защиту от ошибок, порожаемых легкомыслием и спешкой. Однако данный метод имеет и существенные недостатки.

1. Он предполагает очень хорошую, предельно системную организацию полевого исследования. Например, новое интервью не начинается до полной обработки материалов предшествующего.
2. Темп исследования падает в силу жесткой привязки к циклическому принципу организации работы (каждое интервью привязано к завершению полного цикла предшествующего интервью).
3. Метод снежного кома оптимален для исследователя-одиночки, но очень неудобен при работе по одной теме нескольких интервьюеров.
4. Поскольку каждый последующий транскрипт просматривается с точки зрения возможности его интеграции в базовый текст, сложно анализировать его системно (например, интерпретировать каждый факт через призму биографии информанта, ситуации интервью и т. д.).
5. Логика анализа, структура текста более или менее жестко привязываются к первому интервью, признанному исследователем в

качестве «удачного». Если последующие интервью будут предлагать иную логику и структуру, то изменить базовый текст оказывается порою весьма сложно.

Интерпретация (толкование) смыслов

Интерпретация интервью — это процесс приписывания исследователем смыслов как ситуации интервью, так и тексту его транскрипта.

И здесь переплетаются два уровня интерпретаций. С одной стороны, материал интервью — это интерпретация информантов тех или иных сторон своей жизни, наблюдаемых явлений. Это интерпретация первого уровня. Исследователь, анализируя тексты транскриптов, интерпретирует уже интерпретаторов. Это интерпретация второго уровня.

Интерпретация смыслов идет глубже простой структуризации текста интервью. Примерами такой интерпретации могут быть рецензии на фильмы, книги и спектакли, а также интерпретация (толкование) снов, используемая в психоанализе (Kvale 1996: 193). Интерпретатор ищет смыслы, значения, которые не выражены открытым текстом и требуют расшифровки. Интерпретатор не доверяет информации, лежащей на поверхности, и ищет скрытый смысл.

Источники толкования могут быть двойки. Во-первых, интерпретация может опираться на весь текст интервью. В этом случае отдельное суждение, факт объясняются исходя из знания всего содержания интервью (например, биографии индивида, которая объясняет его нелюбовь к какому-то продукту прошлым опытом его слишком активного или неудачного потребления). Во-вторых, толкование отдельных элементов интервью может опираться на ту или иную теорию или научную парадигму.

Так, в исследовании студентов ключевую роль играла концепция, рассматривающая потребление как процесс производства символов. В результате многие факты, приводимые в интервью, толковались с помощью исследовательских вопросов: *«Что хотел субъект сказать, используя эту вещь?»*, *«Как и почему окружающие так восприняли этот потребительский акт?»*. Вспомогательную роль играла концепция референтных (эталонных) групп, согласно которой индивид, принимая решение о покупке или использовании той или иной вещи, оглядывается на пример группы, чье поведение для него является эталонным. Следовательно, толкуя те или иные действия, описанные в интервью, я вел поиск ответа на вопрос, а кто выступил в данном случае в качестве эталонной группы? Разумеется, два типа контекстов (текста интервью и теории) тесно переплетаются.

Одна из главных проблем в качественных исследованиях состоит в максимальном уменьшении уровня субъективизма анализа. Анализ должен отражать логику фактов, а не особенности их восприятия исследователем, часто обусловленные его личным жизненным миром, его личным опытом. На практике это означает, что, читая текст одного и того же интервью, разные исследователи должны прийти к одним и тем же выво-

дам. Однако такой подход (*исследовательская триангуляция*), если довести его до логического конца, часто равнозначному абсурду, и будет означать, что достоверен только тот результат, который очевиден всем. В кибернетике есть принцип, который гласит, что надежность системы равна надежности ее слабого звена (например, если перегорает самый слабый проводок в цепи, то отключается вся цепь). В данном случае это может означать, что достоверным является только тот вывод, который понятен и дураку. Но тогда исследование сведется к открытию банальностей, к выводам, лежащим на поверхности. Поэтому необходим поиск середины: результаты анализа одного и того же интервью разными исследователями должны быть более или менее схожи, но это не означает поиска полного согласия в интерпретации.

ГРУППОВОЕ ИНТЕРВЬЮ (ФОКУС-ГРУППА) КАК СПЕКТАКЛЬ

Характеристика фокус-группы. История метода. Групповое интервью как поле. Драматургические принципы анализа материалов. Область применения. Функции метода фокус-группы. Основные этапы подготовки и проведения фокус-группы. Наблюдение хода группового интервью. Комплектование группы. Скользящее и групповое интервью. Совместное интервью. Достоинства и ограниченность метода.

Фокус-группа — это по существу групповое полуструктурированное и фокусированное интервью в форме, близкой к дискуссии. Она включает ведущего, его помощника и от пяти до десяти участников.

В методической литературе этот метод встречается под разными названиями: «фокус-группа», «фокусированное интервью в группе», «групповая дискуссия», «глубинное групповое интервью» (Дмитриева 1998: 12).

История метода

Метод фокус-группы вырос из неформализованного интервью. И в этом смысле он имеет длинную предысторию. Однако фокус-группа в собственном смысле этого слова впервые была применена Р. Мертоном и П. Лазарсфельдом во время Второй мировой войны (1941) в исследовании эффективности работы радио. Затем Р. Мертон использовал этот метод для изучения эффективности пропаганды и учебных военных фильмов. После войны в 1946 г. он же вместе с П. Кендаллом сделал первое теоретическое описание данного метода в книге «Фокусированное интервью». После этого длительное время теоретико-методологических разработок данного метода не было. Но в 1980-е гг. на Западе наблюдается всплеск интереса к методу фокус-групп, который стал довольно широко использоваться в социологических, социально-психологических и маркетинговых исследованиях (Дмитриева 1998: 11).

Возрождение метода началось с маркетинговых исследований. И по сей день именно здесь он используется наиболее активно. Из этой области метод групповых интервью был перенесен и на массовые опросы в области изучения, прежде всего, общественного мнения, рейтингов партий и политиков, электорального поведения.

Особенность метода

Фокус-группа — это такое же интервью, как и вышеописанная форма глубокого интервью. Здесь также есть перечень тем или вопросов, есть исследователь, есть информанты (участники интервью), имеет место вза-

имодействие по поводу получения информации. В то же время групповое интервью отличается не только количественными, но и качественными характеристиками. Иначе говоря, различие не сводится к числу участников.

Смысл фокус-группы заключается в том, что в ходе группового интервью создается особое социально-психологическое поле, стимулирующее к размышлениям и высказыванию собственной позиции. Атмосфера равноправного диспута провоцирует людей к отстаиванию своей позиции, что ведет к относительно развернутой и систематизированной ее аргументации. В индивидуальном интервью такую атмосферу, во-первых, трудно создать, и, во-вторых, она нежелательна, поскольку препятствует достижению специфических целей глубинного интервью, которому дискуссионность противопоказана. Именно дискуссионность представляет собой и особенность, и достоинство группового интервью в сравнении с глубоким индивидуальным интервью. Структуру информации, собираемой с помощью данного метода, можно описать так: *«Ты думаешь так, а я совсем по-другому, и причина состоит в следующем»*.

Фокус-группа (групповое интервью) — это поле, обладающее признаками спектакля с более или менее жесткой структурой. Такое определение ситуации взаимодействия участников фокус-группы предполагает, что, анализируя полученные в результате транскрибирования аудиозаписей тексты, надо принимать во внимание простой факт: мы были свидетелями не естественного поведения людей, а спектакля, в котором приглашенные «актеры» играли роль участников специально организованной дискуссии. Фокус-группа проводится в искусственных, а не естественных условиях. Это сближает ее с экспериментом. Часто искусственно конструируется и объект обсуждения. Например, приглашенных просят прочесть журнал, попробовать напитки. В реальной жизни такое принуждение к потреблению встречается не так уж часто. Поэтому получаемые выводы нуждаются в ограничении: *«Люди, которых принудили к потреблению данного товара, хорошо познакомившись с ним, могут сформировать следующее к нему отношение»*.

Высказанные мнения и аргументы, с одной стороны, отражают индивидуальный опыт, убеждения и мнения, а с другой — они структурированы ситуацией группового интервью. Это значит, что участники принимают решения о том, сказать или промолчать, что сказать, а что оставить при себе, исходя из своего понимания контекста ситуации. Поэтому при разной организации группового интервью по одной и той же теме и по одному плану можно получить разные результаты даже при сохранении состава участников.

В условиях групповой дискуссии люди оказывают воздействие друг на друга, поэтому высказывания могут отражать влияние окружения. Порою наличие в группе человека, берущего в свои руки инициативу, может исказить выражение реальных взглядов. Иначе говоря, в фокус-группе может высказываться позиция, сформировавшаяся в ходе обсуждения и отсутствовавшая до этого.

Поэтому в ходе интерпретации транскрипта нельзя не учитывать драматургических характеристик данного группового интервью. Это предполагает ответ на целый ряд вопросов:

- Кто был режиссером? В каком стиле осуществлялась режиссура?
- Были ли в группе «звезды»? Какое влияние они оказывали на остальных?
- Играли ли все участники группы себя или улавливали желания и ожидания модератора (режиссера) и «звезд»?
- В какой мере обсуждаемая тема входит в амплуа участников? (Является ли ее обсуждение привычным делом или они никогда об этом прежде ни с кем не говорили?).
- В какой мере участники компетентны в обсуждаемых проблемах?

Типичная ошибка, встречающаяся в использовании данного метода, состоит в игнорировании его драматургии. Полученные данные трактуются как описание структуры общественного мнения и отношений к тем или иным явлениям без подчеркивания их относительности. Между тем очевидно, что содержание высказываний людей везде и всегда отражает не столько их взгляды, мнения, настроения и опыт, сколько их оценку ситуации. Нормальный человек не выплескивает содержание своей головы любому, кто им заинтересуется. В фокус-группе добавляется новый корректирующий фактор — присутствие других участников. Поэтому содержание сказанного в существенной мере зависит от того, как данный участник оценивает модератора и других участников группового интервью.

Информация, собираемая с помощью данного метода, конечно, более поверхностна, чем та, которую мы получаем с помощью глубоких интервью. И это неизбежно, т. к. фокус-группа короче, и в этот ограниченный отрезок времени должны высказаться все участники.

Но эта же характеристика является и достоинством данного метода, т. к. позволяет за короткий промежуток времени получить поверхностное представление сразу о нескольких типах участников изучаемого процесса (разумеется, если их состав был подобран правильно). Поэтому групповое интервью — это наиболее дешевый способ выявления структуры участников того или иного социального процесса. Использование для этой цели глубокого интервью потребует в несколько раз больше времени и средств.

Между тем нельзя сравнивать эти методы вне контекста целей и задач исследования, отведенного времени и выделенных средств. Они выполняют разные функции. Поэтому в конкретном контексте их можно сравнивать с точки зрения адекватности. Групповое интервью более предпочтительно при следующих условиях:

1. Цель и задачи исследования не предполагают глубокое изучение социальных механизмов. Они сводятся к выявлению основных типов и краткой их характеристике. Отсюда вытекает популярность данного метода в прикладных маркетинговых исследованиях.

Например, изучается восприятие читателями и потенциальными читателями определенного журнала. За 1,5-2 часа можно, беседуя с группой правильно подобранных людей, быстро выявить целый спектр способов восприятия, оценок и их обоснований. Решение этой задачи с помощью индивидуального глубокого интервью потребовало бы гораздо больше времени и средств.

2. Исследователь сильно ограничен во времени и (или) ресурсах. С помощью правильно организованного группового интервью можно за один день составить впечатление о структуре участников изучаемого процесса.

3. Для проведения массового опроса необходимо выявить и описать основные категории, которые будут использованы при составлении анкеты и вопросника.

4. Данные количественного исследования нуждаются в качественной интерпретации. С помощью группового интервью можно быстро понять, чем руководствовались люди, выбиравшие тот или иной вариант ответа.

Групповое и индивидуальное глубокое интервью можно сравнить с помощью метафор. Глубокое интервью — это удочка, ориентированная на ловлю в один момент одной рыбки. Часто с помощью наживки, размера крючка, выбора места рыбалки, типа грузила, блесны и т. д. программируется весьма определенная разновидность рыбы, которую стремятся поймать. Групповое интервью — это сеть, с помощью которой ловят всех, кто в нее попал, а уже потом их сортируют.

В нашем исследовании потребительского поведения студентов с помощью данного метода решались следующие задачи: выделялись основные типы потребителей разных товаров (по каждой группе изучаемых товаров проводилась особая фокус-группа); давалась характеристика потребителей, включаемых в каждую группу с акцентом на различия между ними; выявлялись особенности мотивации каждой группы с акцентом на различия между группами.

Набор участников группового интервью

Величина фокус-группы колеблется примерно от пяти до двенадцати человек. При увеличении размера группы растет вероятность того, что часть членов группы не сможет или не захочет принять в ней участие, т. е. они будут присутствовать, но выскажутся в менее развернутом виде. В результате это будет фиктивное участие, в котором отсутствие смысла дополняется излишними расходами. Кроме того, чем больше зрителей, тем больше вероятность, что активные участники будут чувствовать себя скованными.

Используются и малые группы из четырех-шести человек. Чем меньше группа, тем глубже получаемый в ее ходе материал. Однако достоинство

этого метода не в глубине информации, а в быстром выявлении и описании максимума типов. Малая группа минимизирует это достоинство.

Групповое интервью — это взаимодействие в форме спектакля. И здесь важны не только обсуждаемые вопросы (сценарий), но и *состав участников*. Они могут быстро сформулировать сеть симпатий и антипатий. И чем меньше группа, тем больше будет ее зависимость от личностной совместимости даже некоторых ее участников. В большой группе несовместимые люди могут найти приемлемую для всех стратегию преодоления этого блокирующего работу обстоятельство. Например, они могут выступать, обращаясь к другим, «более приличным и приятным людям». Даже реагируя на слова «неприятного типа», они будут обращаться не к нему, а «нормальной» публике. Крайний вариант — пара несовместимых участников занимает пассивную позицию, не срывая общей работы.

Считается, что фокус-группа должна быть *гомогенной* по своему социальному составу, так как слишком сильная социальная разнородность может создать атмосферу непонимания (например, люди с разным уровнем образования часто говорят на «разных языках»), блокирующую желание что-то обсуждать с совершенно чуждыми собеседниками, «не понимающими элементарных вещей». Группа формируется из людей, ведущих один образ жизни, находящихся в одном социокультурном поле, попадающем в объект исследования.

Особенно важно, чтобы члены группы имели общий жизненный опыт. Именно для его выявления исследователи ориентируются на относительную формальную социальную однородность. Она важна не сама по себе, а как легко выявляемый, лежащий на поверхности индикатор образа жизни. Люди с таким общим индикатором, как сфера занятости, должностная позиция и т. п., с достаточно большой вероятностью могут вести схожий образ жизни. Его наличие создает основу для обсуждения. Если его нет, то о чем могут говорить собравшиеся люди? В маркетинговых исследованиях часто используются весьма поверхностные индикаторы общности, например опыт потребления какого-то товара или, наоборот, отсутствие такого опыта.

Таким образом, участники — это малая группа, т. е. совокупность непосредственно взаимодействующих людей, имеющих общий опыт. (Р. Мертон писал, что характерной чертой фокус-группы является то, что все *«интервьюируемые побывали в определенной ситуации: просмотрели фильм, прослушали радиопрограмму, прочитали брошюру, статью или книгу, участвовали в психологическом эксперименте или неконтролируемой социальной ситуации»* (Merton & Fiske 1990: 4). Опыт может быть и в прошлой реальной жизни, и в настоящей конкретной ситуации. Последний вариант часто встречается в маркетинговых исследованиях, где участникам фокус-группы предлагается посмотреть, попробовать, пощупать продукт и тут же его обсудить. Это искусственно организованный опыт.

Однако социальная однородность, создающая базу для взаимопонимания, не должна вести к ценностной однородности, к единообразию сти-

лей жизни. Такая гомогенность также создает неблагоприятную для группового интервью атмосферу. Если все принадлежат к одной стилевой общности, очень близки по духу, то в фокус-группе воспроизводится атмосфера социокультурного поля, в котором очень многое «само собой разумеется», «все и так это знают», в этом контексте значительная часть информации передается без слов, идет на уровне всем понятного контекста, расшифровывать который глупо. Модератор должен быть очень яркой и привлекательной личностью, чтобы все участники группы начали рассказывать ему то, что остальным неинтересно и давно известно. В силу этого при формировании фокус-группы желательно, чтобы ее участники представляли разные культурные типы в пределах одной или близких социальных общностей. В этом случае они достаточно близки, чтобы понимать друг друга, и в то же время их стиль жизни довольно сильно разнится, что делает их интересными друг другу, превращает в оппонентов. Качественное же своеобразие фокус-группы, отличающее ее от полуструктурированного фокусированного интервью, состоит в наличии атмосферы спора, провоцирующей стремление развернуть и обосновать свою позицию (*«Столкновение взглядов респондентов является одним из способов проведения и сбора информации в фокус-группе»* (Дмитриева 1998: 23). Однако важна мера: легкий идейный конфликт стимулирует производство информации, а глубокий конфликт парализует его, вызывает появление в группе отношений господства, давления, борьбы на лидерство и т. д.

И здесь возникает противоречие между целями группы и принципами ее формирования. Смысл группового интервью состоит в том, что за короткое время можно снять информацию о спектре имеющихся типов, вариантов. Если же избегать разношерстных групп, то происходит замыкание в одном кругу. Чтобы выйти из него, надо проводить несколько групповых интервью, в каждом из которых участвуют представители различных кругов.

Половая структура фокус-группы зависит от темы. Тут можно выделить ограничения двоякого рода. Во-первых, есть темы, в которых компетентны представители обоих полов, но есть и такие проблемы, опыт решения которых имеется только у женщин (декоративная косметика) или только у мужчин (рыболовные снасти). Во-вторых, есть темы, которые в нашей культуре не принято публично обсуждать в присутствии представителей другого пола (например, потребление нижнего белья).

Конечно, при формировании группы желательно, чтобы ее участники не были знакомы ни с модератором, ни друг с другом. Это благоприятствует созданию атмосферы поезда, где случайные попутчики открыто обсуждают разные темы (исключая содержание кошелька в данный момент), зная, что встреча с этими людьми первая и, вероятно, последняя в их жизни. Однако жесткость этого требования зависит от темы: чем она щекотливее, тем негативнее сказывается на атмосфере группы наличие в ней знакомых и друзей. При обсуждении нейтральных тем этот риск существенно уменьшается, но в любом случае вхождение в группу близких друзей нежелательно, так как между ними уже до этого слишком много

сказано, слишком многое в их общении уходит в невидимую область подтекста, что вызывает нежелание говорить о том, что обсуждалось не раз.

В моем исследовании потребительского поведения требование личностной дистанции при формировании группы жестко не выдерживалось. Однако тот факт, что группы формировались из числа студентов, часто связанных лишь сугубо формальными нитями (учатся на одном факультете и шапочно знакомы), в целом нейтрализовал негативный эффект дружеских компаний.

При комплектовании фокус-групп часто используется метод «снежного кома». Модератор подбирает одного человека, а через него выходит на других членов исследуемой общности. Разумеется, это грозит появлением в группе знакомых людей из одного круга. Совершенно незнакомых людей можно легко набрать при проведении хорошо оплачиваемых фокус-групп. Группа, состоящая только из незнакомых людей, также может иметь минусы, поскольку некоторым ее участникам трудно обсуждать что-то в чужой среде.

Подготовка проведения группового интервью

Ключевой момент в подготовке группового интервью — определение содержания того, что предстоит обсуждать. Это краткий *сценарий (план)* предстоящего спектакля под названием «Фокус-группа». Это такой же гид, какой готовится и для обычного глубокого интервью. Однако в силу особенностей данного метода гид может быть только очень лаконичным, т. к. он должен позволить всем участникам успеть сформулировать и высказать свою точку зрения по всем вопросам, предложенным для обсуждения. Поскольку время проведения фокус-группы весьма ограничено, требования к лаконичности гида носят весьма жесткий характер. Погоня за уплотнением содержания неизбежно чревата существенной потерей качества.

Сценарий группового интервью может иметь разные формы. Его основа — перечень тем, выносимых на обсуждение. Они могут иметь как вопросную, так и утвердительную форму («Чтение журнала X» или «Вы читаете журнал X?»). Обе формы могут сочетаться. Вопросительная форма эффективна, если найдена удачная формулировка.

Этот перечень может дополняться динамическими вопросами, которые позволят провести интервью интересно и живо. Сюда могут входить вспомогательные, наводящие вопросы. Предугадать ситуации, в которых возникнет потребность в уточняющих и интерпретирующих вопросах, заранее, конечно, нельзя. Поэтому в сценарий можно внести только наиболее удачные вопросы, которые, как представляется исследователю, позволят добиться нужной информации. Если их заранее не сформулировать, то модератор в ходе группового интервью может этого не сделать и задать вопрос в менее удачной форме.

Важной частью сценария является *вступительное слово*, произносимое модератором. Лучше его тщательно готовить заранее, не полагаясь на умелый экспромт модератора. На этом этапе сбивчивость, нечеткость

объяснения, часто характеризующая речь, формулируемую на ходу, червато уменьшением шансов на создание атмосферы расположения, пронизанной общим интересом. Далеко не все, что кажется очевидным и банальным исследователю, является таковым и для участников группового интервью. Большинство из них никогда не участвовали в подобных мероприятиях. Многие могли даже не подозревать о такой форме исследования.

Вступительное слово включает как минимум следующие компоненты:

/ . Внятное, простое и убедительное *объяснение цели* проводимого исследования. Объяснение должно быть понятным именно этим участникам, что сделать не так просто, ибо уровень их представлений о мире науки предсказать до начала обсуждения очень сложно. Нередко исследование имеет такие цели, которые человеку со стороны не понять без специального перевода на «нормальный» язык. В этом случае (а это имеет место очень часто в научных исследованиях) описание цели приходится предельно упрощать, порою существенно ее изменяя.

Например, если объявить участникам фокус-группы, набранным не из среды интеллектуалов-гуманитариев, что «целью нашего исследования является изучение процесса социального конструирования этничности», то это равным эффектом можно делать на любом языке, хоть на китайском. В любом случае в глазах приглашенных останется одно недоумение, порождающее желание максимально воздержаться от участия.

2. *Прояснение технических моментов.* Сюда входит четкое описание порядка проведения обсуждения, гарантии анонимности. При изучении ряда тем последнее стоит проговорить особенно внятно, четко, дав возможность с помощью вопросов со стороны участников прояснить возможные сомнения. В реальной же практике этот пункт часто кажется модератору столь очевидным, что он его проговаривает скороговоркой, как ритуальную молитву.

Групповое интервью имеет смысл, если в его ходе возникает более или менее оживленная дискуссия, ведущая к формированию социально-психологического поля. Для этого нужна интересная тема и умелая ее подача. Если предлагаемые вопросы не вызовут живого интереса у участников, то получится вытягивание у каждого ответа на вопрос, который вызывает скуку. Ни о какой атмосфере, стимулирующей повышенную открытость, спонтанные реакции и т. д., здесь говорить не приходится.

Групповое интервью — это спектакль, в котором выбор и оформление сцены имеют немаловажное значение. Главное условие отбора места — создание атмосферы, благоприятной для откровенного и глубокого обсуждения выносимых на фокус-группу проблем. Все используемые варианты имеют свои плюсы и минусы. В организациях, систематически проводящих фокус-группы (чаще всего это фирмы, специализирующиеся на маркетинговых и электоральных исследованиях), оборудуются специальные помещения. Стабильность сцены облегчает ее быструю подго-

товку. Однако не факт, что эта необычная для нормальных людей сцена предлагает самые оптимальные условия для раскрепощения и свободно-го выражения мыслей и чувств.

Обычные социальные исследования не предполагают поточной организации фокус-групп, поэтому и специальные помещения для их проведения у исследовательских групп отсутствуют. Проблема решается приспособлением имеющихся помещений. Это требует больше усилий, но участники попадают в относительно привычные для них условия.

В исследовании потребительского поведения студентов первая учебная фокус-группа проводилась в рамках обычного семинара. Затем ее участники уже в качестве модераторов сами подбирали удобные места. В основном это были аудитории университета после окончания учебных занятий. Некоторые фокус-группы проводились дома.

Проведению группового интервью может предшествовать и искусственное формирование общего опыта, что создает основу для последующего обсуждения.

Так, при изучении восприятия глянцевого журнала практикуется перед началом группового интервью раздача всем участникам экземпляров изучаемого издания. Им дается достаточно времени для того, чтобы просмотреть журнал, прочесть понравившиеся материалы. Поскольку в реальной жизни редко кто читает глянцевый журнал от корки до корки, времени подготовки достаточно для чтения только того, что в первую очередь привлекло внимание. Если дать времени больше, то, как в поезде, от безделья может быть прочитан весь журнал, но это будет нетипичный способ потребления такой продукции.

Проведение группового интервью

Эта работа возлагается на модератора. Ему отводится роль и помощника режиссера, и ведущего актера. Он начинает проведение фокус-группы с введения в тему, которая предлагается к обсуждению. Главная его функция противоречива: с одной стороны, надо, чтобы обсуждение шло максимально свободно, раскованно, чтобы его логика вытекала из представлений членов группы, но, с другой стороны, он должен предотвратить часто встречающуюся тенденцию ухода обсуждения в сторону от темы, в лабиринт незначимых деталей. Нарушение четкой структуры обсуждения чревато затягиванием фокус-группы. В результате к концу обсуждения члены группы устанут и будут думать в основном о том, как быстрее завершить дискуссию и разойтись.

Групповое интервью имеет некоторые характеристики, сближающие его с включенным наблюдением. *«В сущности, групповое интервью — это возможность наблюдать отобранную группу людей, обсуждающих наиболее интересную для исследователя тему»* (Maukut & Morehouse 1994: 104). В реальных условиях такая возможность случается довольно редко.

Наблюдение осуществляется в три этапа.

1. Непосредственное наблюдение модератором группы в процессе интервью. Однако его работа требует такого большого напряжения ума, памяти, внимания, что внимательное наблюдение часто становится проблематичным.

2. Параллельное наблюдение руководителем исследования, привлеченным экспертом и заказчиками с позиции, остающейся невидимой для участников группы. Это могут быть места, отгороженные стеклом, прозрачным только в одну сторону, или другая комната, оборудованная телевизором, на который подаются сигналы с видеокамеры. Этот этап работы имеет факультативный характер. В принципе заказчику нет особого смысла ехать куда-то для наблюдения группового интервью по телевизору, т. к. это можно сделать дома или в офисе, просматривая видеозапись в удобной для себя обстановке и в удобное время. Однако решение об участии представителя заказчика часто принимается руководителем достаточно высокого ранга, который сам все равно не поедет, а об удобстве подчиненных ему думать нет особых причин. Иначе обстоит дело, если скрытый просмотр осуществляется представителем заказчика совместно с руководителем исследования или иными экспертами и сопровождается параллельным анализом наблюдаемого обсуждения. Однако и в этом случае такое обсуждение отнюдь не обязательно привязывается ко времени проведения группового интервью.

3. Повторное наблюдение в процессе просмотра видеозаписи. Оно используется и для анализа полученных материалов, и для контроля качества работы модератора.

При проведении фокус-групп сейчас отдается предпочтение именно видеозаписи, позволяющей анализировать весь контекст дискуссии, не только вслушиваться в слова, но и наблюдать, как и кем они были сказаны.

Групповое интервью получается при условии, что модератору удалось сразу же сформировать *группу с единым полем*, в котором разворачивается дискуссия, включающая всех или почти всех участников. В этом случае люди реагируют не только на слова модератора, но и друг на друга, спорят между собой, взаимно стимулируют размышления, воспоминания, эмоции. Модератор (само слово говорит о функции этого человека) регулирует дискуссию («модерирует» ее, т. е. управляет ею, направляет в нужное русло, не позволяя уйти слишком далеко в сторону). Функция модератора схожа с той, которая имеет место на разного рода «круглых столах». Только в этом случае получается подлинное групповое интервью, качественное отличающееся от индивидуального интервью характером получаемых данных.

Правда, достичь этого удастся не сразу и не всегда. Поэтому нередко групповое интервью принимает форму *скользящего интервью*. Для него характерно отсутствие единого социально-психологического поля груп-

пы. Модератор задает вопрос, а участники по очереди отвечают на него. В этом случае они общаются не между собой, они не реагируют на слова, сказанные соседом, и отвечают только модератору на заданный им вопрос. Возникает серия краткосрочных, разорванных индивидуальных интервью. Нередко фокус-группа начинается с формы скользящего интервью, а потом по мере развития ситуации формируется групповое поле. В силу разных причин модератору не всегда удается этого добиться. В этом случае групповое интервью (фокус-группа) не получается, а имеет место скользящее интервью с группой респондентов.

Получаемые в ходе него данные по своему характеру схожи с теми, которые являются результатом глубокого интервью, но существенно уступают им по качеству (в такой ситуации нет доверительности и возможности развернутых ответов). Однако нередко (особенно в маркетинговых исследованиях) скользящее интервью вполне отвечает поставленным задачам. С его помощью можно в короткий срок выявить и кратко описать спектр типов поведения, мнений, отношений и т. п. Скользящее интервью может быть уместным началом группового интервью. В ходе него идет знакомство участников друг с другом не только по имени. Они узнают, кто из них в какой мере и с какой стороны включен в обсуждаемую тему.

Модератор: Представьтесь, пожалуйста. Кто чем занимается?

Идут ответы по кругу.

Модератор: Какие глянцевого журналы вы читаете? Геннадий...

Виктория...

Модератор ведет групповое интервью по заранее подготовленному сценарию (плану), состоящему из нескольких крупных *структурных вопросов*. Сценарий задает лишь тематический каркас обсуждения. Его динамика целиком зависит от мастерства модератора и степени понимания им смысла изучаемой темы. Ее глубокое раскрытие осуществляется с помощью серии *динамических вопросов*. Их целью является стимулирование дискуссии, направление ее в наиболее важные частности, всплывающие в ходе обсуждения, прояснение вскользь высказанных мыслей.

В фокус-группах, проводимых по заказам посторонних организаций, понимание далеко не всегда имеет место. У модератора порою нет ни времени, ни сил, ни желания вникать в проблемы, которые фирма-заказчик собирается решить с помощью данного исследования. А сам заказчик не смог или не захотел подробно ввести модератора (а не только руководителя исследования!) в курс вставшей перед ним проблемы. В результате модератор не может ставить спонтанно формулируемые динамические вопросы так, чтобы добиваться максимально глубокого раскрытия темы. Заказчик может заранее познаться только со структурными вопросами, предугадать же все необходимые динамические вопросы не может никто.

Дискуссия начинается со структурирующего вопроса. Но почти всегда неизбежны динамические вопросы на ту же тему, толкающие к прояснению уже сказанного, уточнению позиций и т. д. Динамические вопросы

в групповом интервью, как и в интервью глубоком, бывают разных типов. Во многом они схожи в обоих способах сбора информации.

Типизирующий вопрос направлен на выявление новых вариантов поведения в группе.

Участник X: Я эту статью не читал, только пробежал глазами. Я такие статьи обычно не читаю.

Модератор: А кто прочел ее внимательно?

Адресный вопрос задается конкретному участнику группы, который почему-то сам не пожелал высказаться. Вопрос ставится в лоб с обращением по имени. В этом случае оттолкнуться уже сложно.

Модератор: Виктория, а Вы что думаете по этому вопросу?

К адресным вопросам прибегают в тех случаях (а они имеют место довольно часто), когда активное участие в обсуждении по своей инициативе принимают два-три человека, а остальные предпочитают отмалчиваться. И их приходится «выдергивать», принуждая к активности.

Схожую функцию имеет *вопрос, поддерживающий индивидуальную инициативу* обсуждения какого-то сюжета.

Модератор: Геннадий эта статья не понравилась своим стилем. А что думают по этому поводу остальные?

Уточняющий вопрос подталкивает участников группы или конкретного ее члена уточнить свой ответ, объяснить причины такой позиции и т. д.

Модератор: Вы считаете, что это вам не нужно. Почему?

Завершается групповое интервью *итоговым вопросом* или вопросами.

Модератор: После нашего обсуждения этого товара кто из вас будет его покупать, а кто все же не будет? Почему?

Отвечая на эти вопросы, участники в существенной мере могут повторять уже высказанные суждения, но теперь они носят характер резюме. Кроме того, порою ход обсуждения приводит к изменению ранее высказанной позиции, поэтому сопоставление высказываний на разных этапах может выявить причины, ведущие к такому результату.

Модератор: Что бы вы посоветовали производителям для улучшения сбыта их продукции?

Это тоже итоговый вопрос, но сугубо прикладного характера.

Модератор выступает в качестве ведущего актера, взявшего на себя оперативные режиссерские функции (стратегические функции имеет руководитель исследования, определяющий общую направленность группового интервью). Режиссерский компонент в его работе состоит в том, что он часто с помощью адресных вопросов определяет, кто и в каком порядке будет отвечать.

Часто участники группы, отвечая на структурные вопросы, забегают на темы, запланированные к последующему обсуждению. Тогда модератор вынужден прерывать:

Модератор: Об этом мы поговорим позже.

Но порою такой выход на другую тему является формой аргументации при ответе на данный вопрос. Когда подходит очередь новой темы, модератор может забыть, что именно этот участник на данный вопрос уже ответил. И в целом это довольно типичная проблема: модератор не в состоянии держать в уме все высказывания, прозвучавшие из уст каждого участника. Это ведет к постановке адресных вопросов, раздражающих людей:

Участник X: Я же уже сказал об этом!

Если выступления идут не по кругу, то модератору порою трудно удерживать в поле зрения различия в активности и стимулировать участие всех членов группы, не обращаясь при этом с одним и тем же вопросом к одному человеку дважды.

Основой режиссерской власти модератора является оплата труда участников группы. Они пришли сюда за вознаграждение, поэтому готовы подчиняться правилам предлагаемой игры, даже если они им не очень нравятся. Они не возражают против права модератора ставить им вопросы в лоб и добиваться ответа, прерывать дискуссию, если она пошла не в ту сторону, которая интересна организаторам исследования.

Ход группового интервью во многом зависит от личных качеств модератора. Для создания группового поля он должен обладать достаточно сильной энергетикой, позволяющей ему увлекать предложенной темой окружающих, даже если они никогда ранее этой темой не интересовались. Участники «подпитываются» его энергией увлеченности, энтузиазма, его бодростью. Если же модератор лишен такой энергетики, то группа начнет скучать, бороться со сном и мечтать о скором окончании этой мучительной процедуры. Мало вероятно, что группа незнакомых между собой людей сформируется как дискутирующее целое, если модератор скучен, утомлен, вял и занудлив. Но есть и противоположная опасность при подборе модератора. Если у него безудержная энергия, привычка везде и всегда быть лидером и центром внимания, то результат может оказаться еще хуже. Он будет подавлять группу, влиять на ее суждения, в конечном счете, увидит в полученной информации собственное отражение (например, убедит группу в своей позиции). Хороший модератор провоцирует дискуссию, а сам держится в тени, выходя из нее лишь для того, чтобы обеспечить поддержание структуры сценария.

Анализ материалов

Анализ материалов фокус-группы идет, в принципе, в тех же формах, которые описаны применительно к глубокому интервью. Однако в фокус-группе большее значение имеет анализ драматургии прошедшего спек-

такля. Здесь взаимодействия и взаимовлияния проявляются сильнее, поэтому больше внимание уделяется анализу режиссуры и игры участников. Разумеется, на практике драматургический подход к анализу материалов фокус-группы часто игнорируется, что ведет к потере преимуществ данного метода сбора материала.

Анализ пронизывает весь процесс подготовки, проведения и обработки материалов группового интервью. При составлении гида решается вопрос о способе анализа будущей информации. Модератор стремится совместно с участниками анализировать стоящие перед ними проблемы. Затем записи транскрибируются и начинается анализ текста.

Естественная групповая дискуссия

Провести фокус-группу по всем правилам — задача довольно сложная и не всегда выполнимая. Ее достоинства в определенном смысле являются и ее недостатками, т. к. вовлечь в формальную фокус-группу нужных людей довольно сложно. Поэтому нередко участвуют те, кого удалось уговорить, для кого небольшие премии — достаточный стимул, чтобы поехать в другую часть города для беседы.

В 1989 г., начиная кейс-стади на автотранспортном предприятии, мы с моим коллегой столкнулись с трудностями организации глубоких интервью и фокус-групп с рабочими. Подошли к небольшой группе курильщиков, расположившихся на свежем воздухе. Попросили одного, другого отойти для беседы — не соглашались: «А чего отходить? У нас у всех общая головная боль. То, что скажу я, скажут и другие». Так спонтанно началась групповая дискуссия, посвященная проблемам предприятия и отношениям рабочих с менеджерами. Рабочие не только охотно отвечали на наши вопросы, но и активно спорили друг с другом, уточняли приводимые аргументы. К нашему удивлению, они были гораздо более откровенны и словоохотливы, чем в процессе индивидуальных интервью.

В дальнейшем мне неоднократно приходилось прибегать к такой форме сбора информации. Иногда это была вынужденная мера, а иногда — сознательный выбор. К этому методу прибегали и мои коллеги из ИСИТО в ходе разных исследований, проводившихся на предприятиях. В чем отличие естественной групповой дискуссии от фокус-группы?

1. Такая дискуссия не имеет формализованного характера. Здесь нет жесткого сценария, характерного для фокус-группы. Она разворачивается более или менее спонтанно. Ее даже трудно спланировать по времени. Она случается, когда подвернется удачный случай.

2. Дискуссия происходит в естественной обстановке, в которой работают или живут изучаемые люди, а не в специально приспособленном помещении. Это может быть курилка предприятия, двор, квартира. При изучении предприятий легче всего естественная групповая дискуссия возникает в курилке.

При проведении исследования этничности российских немцев в ФРГ я попытался начать интервью со случайно встреченной женщиной во дворе дома, населенного переселенцами из бывшего СССР и Турции. Однако по ходу беседы к нам присоединились другие женщины. Возникла групповая дискуссия.

3. В дискуссии принимают участие люди, хорошо знающие друг друга и активно взаимодействующие в той или иной сфере жизни. Правило же проведения фокус-группы требует, чтобы участники не были знакомы. При изучении достаточно ограниченных по масштабу полей (цехов, малых предприятий, церковных общин и т. д.) это требование трудно реализовать, да и смысл его становится сомнительным.

При проведении исследования общины меннонитов в ФРГ я организовал естественную дискуссию в семье, которая пригласила на чай меня и нескольких своих друзей — членов той же церкви. Я задавал некоторые интересующие меня вопросы, а остальные участники встречи отвечали, описывая и коллективную ситуацию в церкви, и индивидуальные особенности своего вхождения в нее (приобщение к церкви, участие в ее жизни и т. д.). Отвечая, они стимулировали друг друга, заставляя вспоминать детали, подыскивать дополнительные аргументы. То, что не мог вспомнить один, вспоминали коллективно.

Принадлежность к одному социокультурному полю ограниченного масштаба позволяет глубже понять его многообразие.

1. Естественная групповая дискуссия не имеет иерархического характера. Здесь нет модератора, который ведет ее, нет организаторов, задающих тему, структуру обсуждения и оплачивающих активность. Дискуссия возникает стихийно и также стихийно развивается. Ее приближение к изучаемой теме целиком зависит от способности исследователя ненавязчиво вывести разговор в нужное русло. Если в группе есть люди, более убедительно предлагающие свои варианты, то дискуссия пойдет по совершенно иной теме (что нередко и случается).

2. Групповая дискуссия может не осознаваться ее участниками как процесс сбора информации для исследования. Это обычный разговор, который они могут вести и без участия исследователя. Дискуссия такого типа представляет собой органическую часть обычной жизни. Непростая задача исследователя состоит в том, чтобы в это течение жизни внести вопросы, позволяющие собрать информацию для исследования. Это несколько нарушает естественность общения, поскольку в него вклинивается значимый посторонний, которому надо объяснить «само собой разумеющиеся и очевидные вещи». И это должен быть именно значимый чужак, иначе беседа пойдет своим естественным ходом, а исследователь ока-

жется в роли незаметного наблюдателя, не имеющего возможности прорываться сквозь скрывающий смыслы панцирь очевидности. В фокус-группе ни у кого нет ни каких сомнений, что их пригласили для сбора информации.

3. В естественной групповой дискуссии форма фиксации ее хода проблематизируется. Хорошо, если исследователю удастся, не нарушая естественности общения, спросить разрешение на включение диктофона. Но это получается не всегда, т. к. для участников общение в курилке или застолье — это привычная, устойчивая форма взаимодействия, введение в которую диктофона может показаться странным. И эта маленькая необычность может качественно изменить ход беседы, заморозить ее. И здесь встает вопрос о допустимости, этичности скрытой записи: в какой мере она соответствует ключевому этическому принципу полевого исследования «Не навреди информантам»?

Объединенное интервью

В социологической практике встречаются интервью, в которых интервьюер ведет одновременно беседу с двумя информантами. Такой метод был использован в изучении семейных проблем (Gilgun, Daly & Handel 1992). Однако такое интервью нельзя назвать групповым. Здесь именно тот случай, когда изменение количества предопределяет появление иного качества. Но двое не формируют группу, т. к. здесь не возникает поле, характерное для групповых дискуссий. В то же время это уже и не обычное интервью, являющееся беседой двух человек. Этот метод сбора информации можно обозначить как *«объединенное интервью» (conjoint interview* — Maykut & Morehouse 1994: 104). Он занимает промежуточное положение между фокус-группой и глубоким интервью. К сожалению, этот тип интервью методически изучен слабо.

Мне неоднократно приходилось использовать данный метод. Чаще всего его применение не планировалось заранее. Просто я как исследователь вклинивался в течение чужой жизни, которое не предполагало выделение нужного информанта для изолированного от внешней среды и других людей интервью. В качестве участников таких интервью у меня выступали сослуживцы (при проведении беседы на рабочем месте), члены семьи, друзья. Обычно беседа начиналась как обычное глубокое интервью, которое не удавалось изолировать от одного заинтересованного зрителя. Поскольку информант и зритель в принципе являлись представителями одной группы, то их знание во многом являлось совместным. Заинтересованный зритель сначала наблюдал, потом вставлял реплики или уточнения (особенно в ситуациях, когда информант испытывал трудности с ответом), затем реплики превращались в небольшие информативные ответы. Когда я понимал, что зритель является не менее ценным источником информации, чем выбранный мной информант, я сдвигал фокус интервью с одного собеседника

одновременно на двух. В результате традиционное глубокое интервью приобретало совершенно иной характер. Сначала я пытался проводить и анализировать такое интервью как два обычных. Но вскоре понял, что это совершенно неверно, т. к. ход и результаты беседы существенно отличались.

В чем *достоинства* объединенного интервью?

1. Здесь возникает новое своеобразное поле, порожденное взаимодействием трех человек — интервьюера и двух информантов. Сказанное одним информантом провоцирует размышления и словесную реакцию другого. В этой ситуации первый информант уточняет свою позицию, подыскивает новые аргументы. Возникает дискуссия двух человек, целью которой является совместное доведение до интервьюера наиболее верного ответа на поставленный им вопрос. В результате полученная информация оказывается глубже, точнее, чем полученная в обычном интервью.

2. Информанты дополняют и корректируют друг друга. В итоге полученный ответ имеет более полный и точный характер. Если один что-то забыл, то второй может это помнить. Информанты контролируют друг друга, не допуская полетов фантазии, искажений.

3. Интерес информантов к беседе существенно повышается. Каждый из них говорит не только для постороннего интервьюера, но и для довольно близкого человека. В результате атмосфера интервью может быть существенно более благоприятной.

Однако использование такого метода имеет определенные *ограничения*.

1. Информанты должны быть близкими или, в крайнем случае, хорошо совместимыми людьми. Если этого нет, то интервью просто сорвется. Близкие друзья, члены или коллеги, которые регулярно обсуждают вопросы, близкие к изучаемой теме, — оптимальный состав. Поэтому для удачной организации совместного интервью исследователь должен быть уже немного знаком с ними.

Я сознательно организовывал такое интервью как повторное. Побеседовав отдельно с каждой из двух подружек, я вынес некоторые вопросы на совместное обсуждение.

2. Такое интервью применимо, если оба информанта имеют общий опыт, входящий в тему исследования.

Так я проводил объединенное интервью с двумя работницами отдела кадров шахты. У них общие функции, большой опыт совместной работы, они находятся в одном помещении и, видимо, многое, связанное с работой, обсуждают.

Если этого нет, то получается параллельное интервьюирование двух людей: сначала на вопрос отвечает один, потом второй. Каждый говорит о своем. И если он не вызывает интереса другого, то не возни-

кает и дискуссия, нет оснований для уточнений и дополнений. Это не дает ничего, кроме ухудшения качества получаемого материала.

3. В каждом кругу (поле) есть свои мертвые информационные зоны. Это набор тем, которые по каким-либо причинам не обсуждают. Это информация, которой не хотелось бы делиться с близким человеком. Например, назвать размер зарплаты совершенно чужому интервьюеру и товарищу по работе или признаться в наличии опыта внебрачных сексуальных связей наедине интервьюеру и в присутствии другого члена семьи — это разные по смыслу акты. Интервью — спектакль, поэтому важно не только то, что говорится, но и кто это слушает. При обсуждении целого ряда тем в таком интервью невозможен эффект «откровения в поезде». Другой вариант мертвой зоны — повседневные совместные практики. Исследователя интересует то, что оба информанта многократно вместе делали, давно обсудили. Это рутина, о которой нет смысла спорить. Если один сказал, второму нечего добавить, не повторяясь.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ФОКУС-ГРУППЫ

Тема: «Студенческий шоппинг»

Место проведения — учебная аудитория. Время — см. расписание занятий.

Цель — описать типологию участия студентов в шоппинге.

Вступление (5 мин.)

Смысл проблемы шоппинга. Организационный инструктаж. Представление участниками себя.

Основная часть (80 мин.)

Вопросы для обсуждения.

1. Выявление имеющихся типов отношения к шоппингу.

Есть люди, которые ненавидят ходить по магазинам, но есть и такие, которые наслаждаются таким времяпрепровождением. Между ними есть немало промежуточных типов, (а) Давайте выясним, какие типы отношения студентов к хождению по магазинам вы встречали? (б) Каковы количественные соотношения этих типов? Какой тип преобладает? Какой встречается как исключение?

2. Описание особенностей каждой модели покупательского поведения.

Что собой представляет каждая из выделенных моделей покупательского поведения? Можно ли описать ее, опираясь на примеры? Есть здесь в группе представители всех этих типов? В чем отличия смежных типов?

Какие критерии позволяют провести между ними границу? Как отличаются эти типы по механизму принятия решения о покупке? Различаются ли они по интенсивности покупательского поведения? Есть ли различия в поведении каждой группы?

3. Описание особенностей людей, входящих в каждую категорию.

Что собой представляют люди, входящие в каждую группу? В чем особенности их социального, психологического облика? По каким критериям они различаются? Люди какого типа не могут быть членами той или иной группы покупателей? Как возраст влияет на тип поведения? Социальное положение студента благоприятствует вовлечению в шоппинг или препятствует этому? Как влияет пол? Тендерные особенности шоппинга?

4. Выявление типов магазинов с точки зрения их влияния на шоппинг.

Какие типы магазинов по критерию влияния на шоппинг можно выделить? Какие внешние факторы создают благоприятную обстановку для вовлечения в шоппинг? Какая специализация магазина более всего стимулирует шоппинг? Какие товары более всего привлекают вас? Какая организация торговли способствует этому? Какие типы магазинов по критерию их благоприятности для шоппинга можно выделить? Приведите примеры. В чем особенности этих магазинов? Опишите их. Что собой представляет идеальный магазин для шоппинга?

5. Выявление разновидностей шоппинга.

Какие разновидности шоппинга вы можете назвать? В чем особенность каждого? Каковы главные отличительные черты подарочного шоппинга?

Заключение (5 минут)

Основные выводы.

Задание

1. Подготовить план проведения фокус-группы,
2. Провести фокус-группы с максимальным соблюдением всех методических рекомендаций в соответствии с примерной тематикой.

ДНЕВНИКИ В ИНТЕРНЕТЕ

Проблема достоверности. Манипуляция идентичностями. Проблема информативности. Проблема репрезентативности. Интёрактивность. Обработка.

В ходе исследования жизненных стратегий и повседневных практик молодежи мегаполиса в качестве дополнительного источника информации использовались личные дневники в русскоязычном Интернете. Этот вид коммуникации имеет относительно короткую историю. Уже трудно сказать, где и когда он впервые появился, но очевидно, что в начале XXI в. создание дневников в Интернете превратилось во многих странах в массовое увлечение молодежи. И Россия не является исключением. Количество площадок для создания дневников постоянно растет, вовлекая в ряды авторов все новых и новых людей. Использование электронных дневников потребовало проработки целого ряда методологических и методических вопросов.

Проблема достоверности

Первые сомнения связаны с достоверностью сообщаемой в них информации. Анализ текстов интервью с некоторыми авторами в реале показал, что достоверность этого источника ничуть не ниже, чем у интервью. В обоих случаях имеет место актерская игра, в ходе которой информант представляет себя в более или менее выгодном свете, уводя в тень то, что делает его облик менее привлекательным. Иначе говоря, и в личном интервью, и в дневнике он отвечает себе на простой вопрос: «А стоит ли об этом говорить?». В то же время в обоих случаях действует и противоположная мотивация: многим людям при наличии благоприятной ситуации необходимо высказаться, эмоционально и информационно разрядиться. Решение этой задачи предполагает достаточно высокий уровень откровенности. Сам факт наличия откровенной формы изложения является показателем готовности и желания в той или иной мере обнажить свою душу. Скованность же, видимая и в интервью, и в дневниковых текстах, — верный показатель того, что человек по разным причинам тщательно редактирует выдаваемую информацию.

В Интернете встречаются люди, для которых общение в виртуальном пространстве — это свободная игра, *манипуляция идентичностями*. Разумеется, такой человек может существенно исказить информацию. Однако риск такой манипуляции имеется и в интервью. Правда, в непосредственном общении требуется больше актерского мастерства. Но и в Интернете манипуляция собственными идентичностями не так проста, как может показаться. Мало кем-то назваться, надо еще суметь убедительно быть носителем этой маски на протяжении какого-то относительно длительного времени. Манипуляция идентичностями возможна лишь в очень ограниченных

объемах и при поверхностном общении. Как только делаются попытки более глубокого описания событий, мыслей по их поводу и эмоций, большинство манипуляторов легко обнаруживают пределы своих возможностей: нельзя убедительно писать или говорить о том, чего не знаешь. Человек может привстать на цыпочки, исказив представление окружающих о своем росте, но он не полетит, как бы ни размахивал руками, доказывая, что это крылья. Манипуляторы отсеиваются и с помощью сопоставления их информации с аналогичными текстами. Слишком оригинальные практики и стратегии отбрасываются в силу либо их неподтвержденности другими источниками, либо просто чрезмерной уникальности.

Любой текст не исключает элементов фантазии. Поэтому нет никакой гарантии при использовании любого метода, что исследователь не станет жертвой мистификации. Однако фантазии бывают разными. Фантазии обычного человека часто строятся из реального, но слегка подтасованного материала (это было не с данным информантом, а с его другом, он выпил не два стакана, а лишь один и т. д.). Так пишет писатель-реалист: правдивые схемы облекаются в форму художественных образов, за каждым из которых обычно не стоит какой-то реальный человек. Образ лепится как обобщение нескольких известных биографий, которые редактируются, обрабатываются. Такие реалистические фантазии также имеют ценность. Исследователя интересует не конкретная биография, а заложенная в ней схема. Через наличие ее повторяемости проверяется реальность полученной информации. Но есть фантазии, отрывающиеся не только от хронологического порядка, масштаба и связи фактов, но вообще от реальной жизни. Не надо обладать большим талантом, чтобы распознать такой разрыв с реальностью.

К своему удивлению, я обнаружил, что многие авторы дневников знакомы друг с другом в реале. Это ведет к тому, что принципы драматургии непосредственного межличностного общения переносятся в дневник. Автор пишет, осознавая, что этот текст будет прочитан кем-то из знакомых людей. Поэтому, несмотря на то, что многие уверяют, будто дневник пишется только для себя, в реальности текст создается для читателей, в т. ч. и достаточно близко знакомых по жизни в реале. Естественный результат — самоцензура. Пересечение дневников с жизнью в реале — это, с одной стороны, дополнительный фактор усиления достоверности, а с другой — фактор снижения уровня откровенности.

Но есть и другая группа авторов, которые избегают пересечения социальных сетей дневникового сообщества и реала. Они более открыты, меньше играют на публику.

Проблема информативности

В Интернете уже накопилось очень большое число дневников. Их ценность с точки зрения изучения жизненных стратегий и повседневных практик молодежи очень неравноценна. Значительная часть дневников — это попытка что-то сказать при отсутствии сформулированных и мыслей, и

чувств, и опыта, которым хочется поделиться. В таких дневниках — короткие реплики, разобщенные сухие факты. Подобные источники приходилось отбрасывать. Другая весьма многочисленная группа дневников наполнена стандартными схемами типа «она его любит, а он ее нет», облаченными в яркие эмоциональные формы. Такой материал в силу отсутствия в нем социологической информации тоже приходилось отбрасывать. Однако в массе дневников, бесполезных для исследователя нашей темы, встречаются тексты, достаточно насыщенные подробными жизнеописаниями повседневности, попытками ее осмысления, картинками ее эмоциональной переработки. Таким образом, при формировании выборки дневников использовался преимущественно критерий их информативности.

Те дневники, которые отбирались как достаточно содержательные, становились объектом мониторинга. Это значит, что в период исследования отслеживалось обновление их содержания.

Работа с дневниками привела меня к выводам, которых я, честно говоря, не ожидал. И тут вспоминается разговор с пожилой немкой, которая рассказывала мне, как она недавно нашла свой дневник военного времени. Открыла и поразились: там было много о красивых офицерах, чувствах, музыке, весне, погоде, настроении, но почти ни слова о войне!

То же за редким исключением характерно и для современных электронных дневников. Если писать по ним историю нашего времени, то там не найдется места ни одному президенту и вообще политику. Их просто нет в жизненном мире авторов. Если сравнивать газеты и дневники — это совершенно не пересекающиеся реальности. Лишь изредка встречаются отдельные общие точки в виде событий, которые носят публичный характер, но вплетаются и в жизнь молодежи. Это может быть какой-то концерт. В качестве отголоска можно встретить упоминание каких-то массовых мероприятий, которые создали проблемы на пути домой. Иногда упоминаются теракты.

Основное содержание дневников крутится вокруг повседневных проблем. Структура социального времени сконструирована вехами индивидуального пути: работа, университет, улица и общественный транспорт, ночные клубы, концерты, вечеринки, отдых на море или в туристической поездке. События погружены в эмоциональный контекст любви, влюбленности, скуки, чувства одиночества, дружбы и т. д. Эмоциональная жизнь гораздо интереснее для авторов, чем события, особенно выходящие за пределы личного опыта.

Некоторые дневники иллюстрированы. Самый популярный сюжет — «Это я любимая». Реже встречаются фотоотчеты о вечеринках, выездах на природу или в другой город. Но в целом репортажные снимки достаточно редки.

Разумеется, для тех, кто изучает социальные институты, дневники обычных людей не являются источником информации. Но если предмет исследования — это повседневность, образ и стили жизни, потребление и труд, то дневники могут оказаться весьма полезными.

Проблема репрезентативности

Разумеется, вопрос о количественной репрезентативности здесь не может стоять. Но какие группы людей представлены среди авторов дневников?

В нашей стране абсолютное большинство авторов дневников в Интернете — это молодые и образованные жители Москвы и Санкт-Петербурга. Другие города страны и особенно сельская местность представлены в весьма ограниченном объеме. Среди авторов заметно преобладание девушек. Явно доминируют незамужние, хотя молодые жены тоже встречаются. Если судить по тем, кто объявил о своем возрасте, среди авторов большинство составляют люди 18-25 лет, реже — до 30, очень редко — старше. Последние обычно стараются о своем возрасте не говорить.

В пространстве электронных дневников концентрируются люди, имеющие систематический доступ и к компьютеру, и к Интернету. В принципе этого достаточно дорогое удовольствие, поэтому существенная часть малообеспеченной молодежи в этой коммуникации не участвует. Однако было бы ошибкой считать, что авторы представляют собой только состоятельную часть населения. В ходе исследования обнаружилось, что одну из ключевых групп авторов составляют работники офисов, занятые не очень интенсивной, и не очень ответственной работой. При отсутствии жесткого контроля со стороны руководителей и личной мотивации в эффективной работе они активно участвуют в ведении дневников в рабочее время. Это не только способ сэкономить свои деньги и тайным образом увеличить свой реальный доход, но и возможность скрасить скуку офисной рутины.

Интерактивность

Программная оболочка, используемая на дневниковых сайтах, создает возможности для гибкого интерактивного взаимодействия. Читая дневники, можно задавать уточняющие вопросы, предлагать темы для обсуждения, фактически организовывая форумы по тому или иному сюжету. Если поднятые вопросы интересны для относительно широкого круга авторов, то они присоединяются к обсуждению. Таким образом, исследователь имеет некоторые возможности для целенаправленного влияния на процесс создания дневников.

Для того чтобы участвовать в дневниковом пространстве даже в качестве гостя, имеющего право задавать вопросы или вставлять реплики, необходимо завести собственный дневник. Можно, конечно, создать интересный собственный дневник, который станет местом обсуждения интересующих автора-исследователя вопросов. Однако этот путь проблематичен. В таком случае необходимо отобрать среди авторов тех, кто потенциально может участвовать в такой дискуссии, и «зафрендить» их, т. е. включить в список своих друзей. Однако, как мне кажется, основная часть людей, обитающих в дневниковом пространстве, — это не читатели, а писатели. Поэтому далеко не факт, что интересные люди прочтут ваш

дневник и вступят в активное обсуждение предложенной темы. В лучшем случае это будут лишь заинтересованные реплики.

Другой вариант предполагает достаточно формальный собственный дневник, функция которого ограничивается получением права на вопросы и комментарии. Основная же работа ведется в форме чтения чужих дневников, добавления в них стимулирующих комментариев и фокусирующих вопросов. В этом случае вопрос задается конкретному человеку, и уйти от ответа уже сложнее. Такая форма вызывает почти стопроцентную ответную реакцию, исключая, конечно, тех, кому дневники надоели. Кроме того, многие авторы озабочены увеличением своей популярности. Поэтому читатели приветствуются, а активные — тем более.

Если автор в принципе был готов отвечать на вопросы, но не на страницах своего дневника, то обсуждение иногда переводилось в формат электронной почты. По существу это означало переход к интервью по электронке.

Однако общение в электронном формате оказалось не таким простым, как первоначально представлялось. Большинство людей в письменной речи более лаконичны, чем в устном общении, а ведь главная задача качественного интервью — превратить общение в рассказ информанта.

С некоторыми авторами параллельно были проведены очные интервью, которые позволили существенно уточнить мои представления о соотношении жизни в виртуальном пространстве и в реале.

В целом дневниковые сайты могут быть хорошей основой для отбора информантов и экспертов, работа с которыми будет вестись с помощью глубокого интервью. По содержанию дневника можно легко определить и социально-экономические характеристики человека, и степень его открытости, и способность быть экспертом.

Обработка

Обработка дневников велась с использованием методов, применяемых при анализе транскриптов качественных интервью. Это, прежде всего, нарративный анализ. Разобщенные, противоречивые, повторяющиеся отрывочные тексты дневника упорядочиваются, во-первых, тематически (общие сведения об авторе, жизненные планы и устремления, график обычного дня, отношение к работе и т. д.); во-вторых, в рамках каждого тематического блока информация упорядочивается в хронологическом порядке. Затем из текста убираются повторы, вставляются логические связки, интерпретации исследователя. В результате такой обработки можно получить этнографическое описание той или иной модели.

Другой вариант — разбивка текстов дневников на отдельные цитаты, факты, которые вкрапливаются в текст отчета, создаваемого в основном на базе глубоких интервью.

НАПИСАНИЕ ОТЧЕТА

Логика работы над отчетом. Жанры его презентации. Язык и стиль. Научный аппарат.

Исследование завершается написанием отчета. Это венец всей работы. Найти истину мало. Желательно ее еще донести до других людей. В наличии и качестве отчета проявляется весь смысл исследования. Не может быть хорошего исследования без хорошего отчета. К сожалению, этот ключевой этап нередко проводится в спешке, в условиях жесткого дефицита времени. Результатом является венец, портящий всю предшествующую работу. Система грантов загоняет многих исследователей в жесткие временные рамки, не оставляющие места для превращения отчета в текст, достойный презентации широкой общественности. Поэтому очень существенная часть материалов исследований остается в сыром или полусыром виде, не доходя до конечных потребителей. Это делает смысл исследования настолько тонким, что он ускользает от понимания всех, кроме самого исследователя.

Логика работы над отчетом

Возможны разные варианты работы над отчетом. Бессмысленно говорить, какие лучше, а какие хуже. Выбор зависит, во-первых, от характера способностей индивида, и, во-вторых, от объема и характера исследования. Здесь предлагается один из вариантов.

Составление плана. В большинстве случаев логично начинать работу над отчетом с составления его более или менее развернутого плана. Это позволяет определить все необходимые направления работы и избежать ухода в ненужные частности или (что особенно опасно) нарушения единой логики анализа, чреватой повторами одного и того же материала.

Если есть хорошая программа исследования, то план заимствуется из нее. Структура (дерево задач) — это по существу и есть план отчета. Если исследование велось строго по программе, то собранный и проанализированный материал четко ложится под конкретную задачу, которая реализуется в соответствующей главе или параграфе отчета.

В качественных исследованиях ход сбора и анализа материала более или менее существенно отклоняется от первоначальной программы, которая постоянно корректируется. Поэтому план отчета обычно отличается от исходного древа задач программы. План включает в себя те направления, которые возникли в процессе корректировки программы (принцип «спирали» или «этнографического круга»).

План имеет ряд универсальных блоков: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы, приложения.

План обычно имеет как минимум два уровня. Первый уровень — это

макроединицы отчета (главы, разделы). Они соответствуют основным направлениям исследования. Второй уровень — средние единицы отчета (параграфы, подразделы). Оптимальный план имеет и третий уровень — микроединицы отчета («фонарики»), описывающие цельные мелкие сюжеты темы. «Фонарики» в плане — это перечисление с помощью одного-двух слов тех сюжетов, которые представляются важными.

Формулировка основной идеи (тезиса). Написание основной части отчета стоит начинать с формулировки главного тезиса (развернутой идеи). В принципе основной тезис — это лаконичное описание результатов движения к основной цели, сформулированной в программе. Вспоминаем основную цель и пытаемся максимально четко описать полученный главный вывод. Такая формулировка тезиса может потребовать несколько предложений.

Написание тезисов всего отчета. В программе исследования цель разворачивается в задачи, которые представляют собой ступеньки на пути к ней. При написании отчета можно идти тем же путем. После того как сформулирован основной вывод, пишутся главные выводы по всем пунктам плана. Для этого не надо тщательно просматривать все тексты интервью и другие первичные материалы. Надо просто окинуть взглядом все, что было сделано по каждому сюжету, и попытаться сформулировать выводы в первом приближении. Когда текст тезисов, соответствующий структуре плана, написан, он тщательно редактируется, из него убираются расплывчатые утверждения, повторы и прочие шероховатости.

Написание черновика основной части. Тезисы разворачиваются в черновик основной части. Берется тезис микроединицы плана и сверяется с аналитическими таблицами, составленными по текстам интервью. В ходе этой работы тезис либо просто подтверждается примерами в виде цитат, либо опровергается ими, либо уточняется, детализируется. И такая работа идет по всем крупным и мелким пунктам плана. Результатом является полный черновик основной части.

Написание введения и заключения. Введение и заключение пишутся, когда в принципе готова основная часть. Каркас введения — это программа исследования. Она трансформируется во введение с учетом того, что исследование уже проведено. Там, где речь шла о планах, теперь говорится о результатах. Это проявляется не только во временных формах глаголов, но и в том, что те задачи исследования, которые оказались пустыми, ненужными, из введения выбрасываются.

Возврат в поле. Когда черновик отчета готов, он перечитывается. Порою это болезненная процедура: читать себя, осознавая бросающиеся в глаза пределы своего совершенства. В ходе этого процесса легко обнаруживаются провалы в имеющейся информации, слабости в аргументации. Нередко это требует возврата в поле к тем людям, с которыми уже проводились интервью, на те объекты, где велись наблюдения, для уточнения деталей, проверки некоторых сомнений.

Редактирование окончательного текста. Когда вся эта работа проделана, текст снова перечитывается и редактируется. Уточняются формулировки, убираются повторы, сокращаются неважные детали.

Окончательное оформление отчета. После завершения всей содержательной работы внимание переключается на форму, недостатки в которой могут испортить впечатление даже о содержательно неординарном отчете. На этом этапе проверяются сноски. Оформляются список литературы и приложения.

Аннотация. Последний штрих к работе — аннотация. Она, вероятно, не нужна для аналитической записки. Но более крупные формы аналитических отчетов в ней нуждаются. В статье аннотация может быть в несколько строк, в большом отчете — до двух страниц. Цель аннотации — дать возможность читателю в течение нескольких секунд получить представление о работе. Это существенно облегчает знакомство с ней.

Аннотация включает ряд ключевых разделов: 1) предмет и объект исследования; 2) использованные методы, методология; 3) основные выводы (в пределах формулировки основного тезиса отчета).

Аннотация помещается в начале отчета. В статьях она идет после заголовка и выделяется шрифтом. В больших отчетах она может идти отдельным текстом, выносимым на оборот обложки, и предшествовать титулу. Возможны и иные варианты.

Жанры презентации отчета

Первый шаг в написании отчета — необходимо определить адресата, на которого он рассчитан, аудиторию, которая будет его читать. От этого зависит как его размер, так и форма. Исследование, результаты которого не доведены до более или менее широкой публики, не существует как социальный факт. Это эпизод в личной биографии исследователя.

При изучении поведения той или иной социальной или субкультурной группы написание отчета представляет процесс своего рода перевода смыслов, принятых там, на язык, понятный людям из другой группы, из другой субкультуры (Spradley 1980: 169). Исследователь выступает в роли путешественника, который побывал в чужом мире, изучил его и пишет статью или книгу для тех, кто там не был и, вероятно, никогда не будет. В нашем исследовании провинциальных студентов как потребителей при написании итогового отчета стояла задача передать смыслы, мотивы, выявленные в этой общности, в форме, доступной широкому кругу читателей из других групп и слоев. Достижение этой цели возможно в разных формах.

Дословные тексты глубоких интервью. Такой отчет дает возможность заказчику, читателю самостоятельно оценить первичный материал и сделать из него выводы. Глубокие интервью, выполненные на хорошем профессиональном уровне, сами по себе являются формой анализа, в них прослеживается путь к цели и задачам, выстраиваются аргументы, показана их проверка через уточняющие, дублирующие вопросы. Такие

отчеты могут быть очень интересными как для практиков, так и для широкой публики. Неудивительно, что одним из самых распространенных журналистских жанров является интервью. Такие тексты могут представлять собой совместное размышление двух собеседников на заданную тему. Однако чаще всего такие тексты трудны для восприятия. В них часто нарушается логика, встречается словесный мусор, повторы.

Редактированные тексты глубинных интервью. Это первичные материалы (транскрибированные интервью), прошедшие обработку по двум отправлениям. Во-первых, их материал логически упорядочен. В реальном интервью нередко на одну тему выходят в разных местах. В отредактированном тексте порядок немного меняется, вопросы по близким темам располагаются друг за другом, логические шероховатости реального интервью по мере возможности сглаживаются. Во-вторых, тексты сокращаются. Из них убирается материал, не имеющий прямого отношения к рассматриваемой теме (в реальном интервью таких отступлений трудно избежать). Убираются повторы. Сокращаются длинноты, излишняя детализация и т. д. Все это делает тексты более легко читаемыми. Их аналитическая логика и выводы становятся более прозрачными. Это наиболее распространенная форма презентации таких материалов.

Комментированные тексты глубоких интервью и протоколов наблюдения. В данном случае тексты интервью (полные или отредактированные) сопровождаются комментариями исследователя. Комментируется как текст интервью в целом, так и отдельные его положения. Основная функция комментариев — увязка текста с более широким контекстом. Во-первых, в комментариях может быть теоретическая интерпретация суждений и фактов, содержащихся в тексте интервью. Например, какой-то сюжет объясняется с помощью научных категорий, которые могли быть неуместными в самом интервью или же появились в голове исследователя уже в момент подготовки отчета. Во-вторых, текст интервью может комментироваться с помощью ссылок, примеров из других интервью, других исследований и т. д. Это придает тексту сравнительный, аналитический характер. Комментарии могут размещаться как в самом тексте, так и в сносках (постраничных или в конце текста). Если они располагаются в самом тексте, то, конечно, они выделяются другим шрифтом или помещаются в «бокс» (текст обводится со всех сторон чертой).

Аналитическая записка. Этот документ состоит из двух частей. (1) Краткая аналитическая записка, в которой очень лаконично приводятся основные выводы и перечисляются без раскрытия аргументы. (2) Приложения, т. е. тексты глубинных интервью (полные или отредактированные), отчеты о наблюдениях, копии документов и т. д. Это отчет, предназначенный для практиков (менеджеров, администраторов, политиков и т. д.). Им некогда, да и незачем читать длинные тексты. Однако заказчик должен видеть, что за парой страниц отчета стоит большая сложная работа: многочисленные интервью, наблюдения, вторичный анализ источников и т. д.

Эта база выносится в приложения. В основном тексте только делаются сноски. Такой отчет пишется строгим языком, без всяких лишних и витиеватых фраз. В то же время в нем нет смысла вставлять термины, которые менеджер (часто инженер по образованию) может и не знать.

Развернутый аналитический отчет. Он включает развернутый детальный анализ изучаемой проблемы и основательные аргументы, подтверждающие все выводы. В качественных исследованиях часто используются целые цитаты из интервью, описания наблюдавшихся событий. Для удобства чтения лучше текст исследователя и цитаты из интервью привести с помощью разных шрифтов.

Такой отчет может быть ориентирован на разные аудитории. Это может быть менеджер, которому интересно глубоко вникнуть в суть проблемы, погрузиться в логику ее анализа. Но это может быть и широкая публика, которой предлагается отчет в виде книги или статьи.

Публикация в виде статьи или книги. Это самая зрелая форма отчета о проделанной работой не столько перед грантодателем, сколько перед общественностью, с трудом скрывающей недоумение по поводу смысла проводимых исследований. Публикация крайне важна и для будущей работы. Информанты нередко просят показать им готовый продукт, который выйдет в результате и их участия. Возвращение в поле со статьями и книгами, отражающими итоги предшествующий опыт, — эффективный путь налаживания контактов с новыми информантами, получения доступа на закрытые объекты. Здесь действует простая логика: «Покажи, что ты уже сделал, и я решу, стоит ли на тебя тратить время».

Язык и стиль авторского текста

Автор и читатель — это две стороны одной медали. Они не могут существовать друг без друга. В силу этого общая цель всех авторов — быть прочитанными и понятыми своими читателями. Из этого вытекают и требования к языку и стилю текста.

Читатель (будь то покупатель, листавший книгу в магазине, или директор, получивший отчет) листает текст и решает проблему: читать или не читать. Он знаком с содержанием только на уровне заголовка и оглавления. Задача автора — в меру своих способностей убедить его, что читать стоит.

Очень важно начало текста. Первые фразы — как первый взгляд на человека: он может вызвать желание больше никогда его не видеть или смотреть, не отрываясь. Человека встречают по одежке, а книгу — по теме и языку. Стандартность, банальность первых строк, в которых обычно обозначается проблема, вызывает обоснованное ожидание банального исследования. Логика проста: человек, который не смог четко определить актуальность проблемы, имеет мало шансов ее раскрыть. Как говорят китайцы, трудно искать черную кошку в темной комнате, особенно когда ее там нет.

Но качества первых фраз недостаточно, чтобы убедить в необходимости прочесть текст. Потенциальный читатель обычно листает текст, знакомясь наугад с отдельными кусками. Таким способом он, конечно, не сможет оценить общую логику исследования, обоснованность и глубину выводов. Однако и нескольких строк достаточно, чтобы определить, является текст интересным или его чтение будет испытанием на стойкость. Следовательно, внимание к языку и стилю работы нельзя притуплять ни на какой стадии написания текста.

Разумеется, разные функции текста требуют разных стилей. Если это длинный текст, то язык должен в максимальной степени облегчать длительное общение. Если это перечень выводов, то их главное достоинство — четкость и ясность. Здесь уже всякие стилевые украшения, допустимые в долгой беседе, неуместны. В то же время не более уместен и длинный текст в телеграфном стиле.

Итак, главное: читатель должен заинтересоваться и понять сказанное автором.

Нет читателя вообще. Нет ни одной книги, которую бы читали все люди. Даже букварь — это книга, позиционированная в пределах одной страны и на одно поколение школьников. Следующее поколение будет учиться по иному букварю.

Автор обычно вольно или невольно предполагает, кто может быть его читателем. Для него и пишется текст, представляющий по своей сути вариант расширенного письма, адресованного нескольким людям. В зависимости от адресата выбираются и стиль, лексика. Человек, пишущий для предельно узкого круга специалистов в своей области, которые в силу необходимости будут читать эту работу, часто больше всего озабочен убедительностью своих выводов.

Если статус автора в научном сообществе невысок или неустойчив, то он демонстрирует свою ученость, что проявляется в огромном количестве сносков, использовании самой изощренной терминологии, понятной только узким специалистам. Это довольно характерная черта аспирантских текстов. В них бросается в глаза желание автора показать более высокостатусным коллегам свою ученость.

Есть немало работ, выполненных просто небрежно. В них погрешности с логикой, с фактами, «непричесанный» стиль и т. д. Создается впечатление, что текст так тяжело дался автору, что у него просто не нашлось сил перечитать его. Это нередко встречается в «докторских» монографиях, которые пишутся с целью защиты диссертации. Автору не нужен читатель. Порой он просто боится, что кто-то его книгу прочтет. И тиражи таких книг нередко лежат дома или на кафедре без попыток доведения их до читателей. Автору нужна просто публикация, текст, который оппонент подержит в руках.

Отчеты о прикладном исследовании часто идут за пределы своего научного сообщества. Здесь особенно остро стоит проблема выбора формы, которая, с одной стороны, звучит убедительно и солидно для заказчика, но

в то же время доступна для его понимания (он не обязан знать специальные термины моей дисциплины), не повергает его в сон до окончания чтения.

Научный аппарат отчета

Оформление научного аппарата — это, конечно, во многих случаях условность, формальность. Если запятая будет поставлена не там, ничего не убавится и не прибавится в содержании работы. Однако это мелочи, которые выполняют функции символов и по которым различают исследователей, владеющих культурой научной работы, и тех, кто с нею слабо знаком, тех, кто «свой», член сообщества образованных людей, и тех, кто в него попал по недоразумению. Оформление — это символическая мелочь, по которой часто делают далеко идущие выводы: «Если он даже не умеет оформлять сноски, что же можно ждать от его текста? Явно, он какой-то самоучка». Так человек, продемонстрировавший слабое владение арифметикой, даже не подозревается в наличии знаний высшей математики. Можно, конечно, бросать вызов предрассудкам сообщества, но такой гений-бунтарь может оказаться не прочитанным современниками.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Лкишина А.А., Кано Х., Акишина Т.Е.* Жесты и мимика в русской речи. Лингво-страноведческий словарь. М.: Русский язык, 1991.
- Байбури А.К.* Семиотические аспекты функционирования вещей // Этнографическое изучение знаковых средств культуры: Сб. ст. Л., 1989. С. 63-88.
- Бахтин М.М.* К философии поступка // Философия и социология науки и техники. М., 1986.
- Белановский С.А.* Глубокое интервью. М: Николо-М, 2001.
- Белановский С.А.* Метод фокус-групп. М.: Николо-М, 2001.
- Биркенбил В.* Язык интонации, мимики, жестов. СПб.: Питер Пресс, 1997.
- Богомолова Н.Н., Филомеева Т.Е.* Фокус-группа как метод социально-психологического исследования. М.: Издательство Магистр, 1997.
- Вутен С.* Прикасаясь к телу, трогаешь душу. М.: Содружество, 1998.
- Горелов И.Н., Енгальчев В.Ф.* Безмолвный знак: Рассказы о невербальной коммуникации. М., 1991.
- Готлиб А.* Качественное социологическое исследование. Познавательные и экзистенциальные горизонты. Самара: Универс-Группа, 2004.
- Дилтей В.* Сочинения. В 6 т. Введение в науки о духе. М.: Дом интеллектуальной книги, 2000. Т. 1.
- Дмитриева Е.* Фокус-группы в маркетинге и социологии. М.: Центр, 1998.
- Иванов Q.И.* Методология социологии. СПб.: СПбГУ, Социологическое общество им М.М. Ковалевского, 2003.
- Ильин В.И.* Власть и уголь. Сыктывкар: Изд-во СыктГУ, 1998.
- Ильин В.И.* Социокультурное поле: от метафоры к научной категории // Рубеж: альманах социальных исследований. 2003. Вып. 18.
- Ильин В.И.* Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000.
- Карнеги Д.* Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Центр «Русская Тройка», «Комета», 1990.
- Квале С.* Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003.
- Киблицкая М., Масалков И.* Методология и дизайн исследования в стиле кейс-стадии. МГУ, 2004.
- Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е.* Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.: Логос, 1999.
- Крепдлин Г.* Невербальная семиотика. М.: Новое литературное обозрение, 2004.
- Кузин Ф.А.* Кандидатская диссертация. Методика написания, правила оформления и порядок защиты. М.: Ось, 1999.
- Лоуэн А.* Предательство тела. Екатеринбург: Деловая книга, 1999.
- Миллс Ч.Р.* Социологическое воображение. М.: NOTA BENE, 2001.
- Новые направления в социологической теории* / Перевод с англ. Л.Г. Ионина. М.: Прогресс, 1978.
- Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р.* «Сделать знакомое неизвестным»: этнографический метод в социологии // Социологический журнал. 1998. № 1-2.

Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет, 1998.

Страус Л., Корбин Д. Основы качественного исследования. Обоснованная теория, процедуры и техники. М: УРСС, 2001.

ФастДж. Язык тела. Как понять иностранца без слов. М.: Вече, Персей, Аст, 1995.

Феннето Э. Интервью и опросник: формы, процедуры, результаты. СПб.: Питер, 2004.

Холл Э. Как понять иностранца без слов // ФастДж. Язык тела. Э.Холл. Как понять иностранца без слов. М.: Вече, Персей, Аст, 1995.

Шютц А. Смысловая структура повседневного мира. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003.

ШюцА. Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004.

Щепанская Т. Система: тексты и традиции субкультуры. М.: О.Г.И., 2004.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М: Добросвет, 1999.

Ball M.S., Smith H.G. W. Analyzing Visual Data. Newbury Park; L.; New Delhi, 1992.

Bateson G., Mead M. Balinese Character: a Photographic Analysis. N. Y.: New York Academy of Sciences, 1942.

Becker H.S., Geer B., Hughes E. G, Strauss A.L. Boys in White: Student Culture in Medical School. Chicago: University of Chicago Press, 1961.

Becker H.S. Problems of Interference and Proof in Participant Observation // Becker H.S. Sociological Work. Chicago: Aidine, 1970.

Becker H.S. Photography and Sociology // Studies in the Anthropology of Visual Communication. 1974. No 1. P. 3-26.

Bryman A. Quantity and Quality in Social Research. L.: Unwin Hyman, 1988.

Denzin N.K., Lincoln Y.S. (eds.) The Landscape of Qualitative Research. Theories and Issues. Thousand Oaks; L.; New Delhi: Sage Publication, 1998.

Emmison M., Smith P. Researching the Visual: Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry. L.: SAGE Publications, 1987.

Geertz C The Interpretation of Cultures: Selected Essays. N. Y: Basic Books, 1973.

Geertz C. Local Knowledge: Further Essays in Interpretative Anthropology. N.Y.: Basic Books, 1983.

Geertz C. Works and Lives: The Anthropologist as Author. Stanford, CA: Sociology Press, 1988.

Gilgun J.E, Daly K., Handel G. (eds.) Qualitative Methods in Family Research. Newbury Park, CA: Sage, 1992.

Glaser B.G., Strauss A.L. The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research. Chicago: Aidine, 1967.

Goffman E. Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience. Boston: Northeastern University Press, 1986.

Henley P. Film-making and Ethnographic Research // Image-based Research: A Sourcebook for Qualitative Researchers / Ed. by J. Prosser. L.: Falmer Press, 1998. P.42-60.

- Kvale S.** Interviews. An Introduction to Qualitative Research Interviewing. Thousand Oaks et al.: SAGE Publications, 1996.
- Kotkin St.** Steeltown, USSR. Soviet Society in the Gorbachev Era. Berkeley; Los Angeles: University of California Press, 1992.
- Maykut R, Morehouse R.** Beginning Qualitative Research: a Philosophical and Practical Guide. L.: The Falmer Press, 1994.
- Parasuman A.** Marketing Research. 2nd ed. N. Y. et al.: Addison-Wesley Publishing Company, 1991.
- Patton M.** How to use qualitative methods in evaluation. Newbury Park, CA: Sage, 1987.
- Prosser J.** Image-based Research: A Sourcebook for Qualitative Researchers. Falmer Press, 1998.
- Riggins S.H.** Fieldwork in the Living Room // Riggins S.H. (ed.). The Socialness of Things. N. Y: Mouton de Gruyter, 1994. P. 101-148.
- Rosaldo R.** Culture and Truth: The Remaking of Social Analysis. Boston: Beacon, 1989.
- Spradley J.R.** Participant Observation. Fort Worth et al.: Harcourt Brace College Publishers, 1980.
- Towl A.R.** To Study Administrations by Cases. Boston: Harvard University Business School, 1969.
- Vidich A.J., Lyman S.M.** Qualitative Methods. Their History in Sociology and Anthropology // Denzin N.K., Lincoln Y.S. (eds.). The Landscape of Qualitative Research: Theories and Issues. Thousand Oaks; L.; New Delhi: Sage Publication, 1998. P.41-110.
- Yin R.K.** Case Study Research. Design and Methods. 2nd ed. Applied Social Research Methods Series. Thousand Oaks et al.: Sage Publications, 1994. Vol. 5.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Программа исследования.....	19
Концепция социокультурного поля в качественном исследовании.	32
Общие принципы драматургического подхода в полевом исследовании.....	48
Стратегия типологического исследования.....	56
Кейс-стади как стратегия исследования.....	65
Стратегия включенного наблюдения.....	82
Самонаблюдение.....	94
Стадии наблюдения.....	102
Техника наблюдения.....	ПО
Наблюдение декораций (материальной среды).....	125
Контролируемое (стандартизированное) наблюдение.....	131
Визуальные инструменты исследования.....	134
Интервью в качественном исследовании.....	147
Ситуация глубокого интервью как спектакль.....	156
Жизненный мир информантов.....	181
Невербальная коммуникация в полевом исследовании.....	190
Гид интервью как сценарий.....	198
Анализ текстовых материалов.....	206
Групповое интервью (Фокус-группа) как спектакль.....	222
Дневники в Интернете.....	241
Написание отчета.....	246
Библиографический список.....	253

Учебно-научное издание

В.И. Ильин

ДРАМАТУРГИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ПОЛЕВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Редактор *М.А. Ильина*

Компьютерная верстка *О.В. Голенской*

Подписано в печать 01.02.2006. Формат 60х90/16. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 16,0. Уч.-изд. л. 15,8. Тираж 3000 экз. Заказ №

Издательство «Интерсоцис».

191060, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3, 9-й подъезд.

Отпечатано с диапозитивов в типографии «Реноме».

192007, Санкт-Петербург, наб. Обводного канала, д. 40.

Тел. (812) 766-05-66.